

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة بن يوسف بن خدة (الجزائر سابقا)

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية. فرع التسويق

دراسة المزيج التسويقي للخدمات المصرفية حالة

الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك الجزائر

LA CNEP – BANQUE/ALGERIE

مذكرة مقدمة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية

فرع: التسويق

تحت إشراف:

أد/ أحمد باشي

من إعداد الطالب:

محمد آيت محمّد

لجنة المناقشة

.....

/ -

.....

/ -

.....

/ -

.....

/ -

.....

/ -

السنة الجامعية.(2009/2008)

اسماء

*

*

*

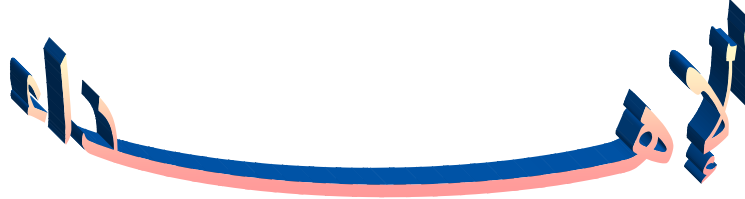
*

كلمة شكر

.

*

*



•
•

•

•

•
•



02
03
03
03
04
05
05
05
07
09
10
12
12
12
14
16
18
20
20
21
22

23	:
27	:
30	:
31	:
32	:
36	:
36	:
38	:
42	:
		:
44	:
45	:
45	:
47	:
49	:
52	:
52	:
53	:
55	:
55	:
56	:
58	:
61	:
62	:
63	:
65	:
65	:

65	:
66	:
67	:
67	:
69	:
73	:
75	:
75	:
75	:
77	:
77	:
78	:
81	:
82	:
83	:
85	:
85	:
85	:
85	:
86	:
86	:
86	:
88	:
88	:
88	:

90	:
	. -	:
92	:
93	:
93(1970-1962)	:
961988 1970	:
98 1990	:
101	:
104 -	:
104 -	:
104 -	:
104 -	:
107 -	:
107 -	:
108 -	:
109 -	:
110		:
 -	
110		:
 -	
114		:
 -	
115 -	:
115 -	:
115 -	:
119 -	:

120 -	:
123 -	:
126 -	:
128 -	:
129 -	:
	-	:
130	
131 -	:
133 -	:
133	:
135	:
155	:
158	
160	
166	
171	

	Ø	Ø
17	Ù	1-1
20	Ù	2-1
24		3-1
28		4-1
39		5-1
46		1-2
47	Ù	2-2
48	Ù	3-2
73	Ù	4-2
76	Ù	5-2
77		6-2
111	- Ù	1-3
114	. Ù	2-3
135		3-3
136	.	4-3
137	.Ù	5-3
138	. Ù	6-3
138	.	7-3
140		8-3
144		9-3

145	- د د د	10-3
146	Ù	11-3
147		12-3
149		13-3
151		14-3
153		15-3
154		16-3

	Ù	Ù
9	.	1-1
35	Ù	2-1
41		3-1
70		1-2
80-79	Ù	2-2
102	Ù	1-3
118	-	2-3
121	Ù	3-3
122		4-3
124	- د د د	5-3
135		6-3
136		7-3
137		8-3
139		9-3
139		10-3
142	- د د د	11-3
142		12-3

143	Ù	13-3
143		14-3
144	• د د د	15-3
145	Ù	16-3
146	Ù	17-3
147		18-3
148		19-3
148		20-3
150		21-3
150		22-3
152		23-3
153		24-3
155		25-3

:

Ù Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

1990 Ù

Ù

(

)

- :

Ù

- :

Ù

Ù

)

Ù

(...

- :

- :

¹(2005-2004)

Ù

¹(2001/2000)

(2008/2007).

Ù

Ù 200

Ù 50

Ù Ù

: -

èè

:

1 -

1 -

1 -

Ù -

: Ø -

Ù Ù Ù Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ø

Ø

Ø

:∅ ∅

Ù Ù

Ù

Ù

...

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

:Ø

:

Ù

Ù

Ù

Ù

(1)

:Ø

Ù

Ù

Kotler

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

:

Ù

Ø

:Ø

:

:

-1

Ù

:

Ø

-2

Ù

.Ù

Ù

:(1)

(1): -3

Ù

Ù

Ù

Ù

: -4

Ù

: -5

Ù

Ù

: Ø -6

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

.				Ù	
:					:
		Ù		Ù	
			:		Ù
		1	Ù		-1
			1		-2
				1	-3
		1			-4
			1		-5
(1).	Ù		Ù		-6
.					:
					:Ø
		Ù		Ù	
	Ù			Dubois	kotler
			(2).	Ù	
					Stanton
			(3).		
			:		Ù
					-
					1
Ù				Ù	-
	Ù				
					Ù
					Russ
					(4).

47 (1)
 (2):P.Kotler.B,Dubois. Marketing, Management, 9^{eme} édition, Publi-Union france 1999, P13
 ,213 ,200 (4) (3)
 .214

(1)

: 1 Û -

)

1(

Û -

:

Û

:

: -1

Û

(2) (logo)

: -2

Û

(3)

: -3

.60-59 : (1)

Û Û : (2)

.2006 Û 25-24

(3): MoniqueZollinger, EricLamarque, Marketing et stratégie de la banque, 3^{eme} édition, dunod, paris1999, p09.

Ù Ù Ù
Ù : -4

Ù
Ù
(1)
Ù : -5

Ù Ù Ù Ù
Ù : Ø -6

Ù Ù Ù Ù
Ù : -7

Ù Ù Ù Ù Ù Ù
(2)
Ù : -8

Ù : (1)
.47 2001
.56 1994 Ù : (2)

:

Ù

Ù

Ù

:(1-1) Ù

.57

Ù Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

1

Ù

Ù

Ù

1

(1)·1

.57

:(1)

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(2) :	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
											-1
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

:(1)

.24 (2005-2004)

.34 2005 : (2)

. :
 : -2
 ù
 . ù
 : -3
 ù ù ù
 1994 ù ATM
 . 19000
 ù ù
 : -4
 ù ù
 ù
 : Ø -5
 ù ù ù
 ù ù ù
 ù ù ù
 ù ù ù

(1)

:

Ù

(1)

:

Ù

1

-1

1

-2

1

Ù

-3

Ù

-4

1

-5

(2)₁

Ù

-6

1

-7

(3)

.304-303

:(1)

:(2)

.34 2005

15-14

:(3)

.2004

15-14

Ù

Ù

: Ù

Ù

-1

1

-2

-3

1

Ù

- 4

(1

Ù

-5

1

-6

-7

1

-8

Ù

Ø :

Ù

: Ù

: /1
Ù

(1)

: /2

Ù

Ù

(2)

: /3

Ù

(3)

: /4

. Ù

\hat{U} \hat{U} \hat{U} $:$ \emptyset $/5$
 \hat{U}

\hat{U} $:$ $/6$
 \hat{U}

\hat{U} \hat{U} \hat{U} \hat{U}
 \hat{U}

\hat{U} \hat{U} \hat{U}
 $(1) \cdot \hat{U}$

\hat{U} $:(3-1)$ \hat{U}
 \leftarrow \leftarrow

\downarrow
 \rightarrow \hat{U} \rightarrow

$:$

• :

•

Ù

•

:

1

-

1

-

1

-

.Ù

-

:

-1

•

•

Ù

Ù

•

(1) .

:

-2

Ù

(2) .

38

:(1)

:(2)

.44-43

2008-2007

: -3

(1) . ù

:Ø ù -4

ù ù 1 -

ù ù 1 -

ù 1 -

ù ù -

(2) . (...)

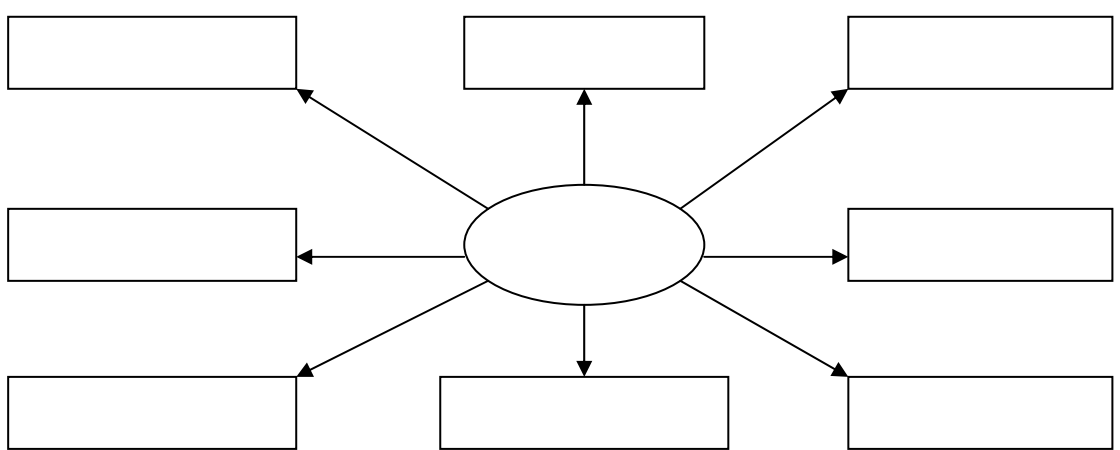
ù ù ù

ù ù : (1)

.2006 ù 25-24

.43 ,42 : (2)

. :
 :
 ù
 ù ù
 ù ù ù
 :Ø
 ù ù
 ù Daft
 ù
 (1) :
 : /1
 ù ù : -
 ù ù
 ù ù
 (2) ù ù
 ù : (4-1) ù



Source : J.P, Helfer, et autres, Management stratégique et organisation, édition vuibert, France2006, P8

: -
 ù
 ù
 ù
 (1).
 ù

Kotler

2).

ù
 ù
 : ù
 1
 ù
 ù
 : ù -
 ù
 ù
 1

3).

... ù ù
 ù ù : -
 : /2
 :

Mils

(4).

ù
 : ù
 1
 ù
 1 ù ù
 -
 -
 -

.75 : (1)
 (2) : P, kotler, B, Dubois, opcit, 162.
 .210 ,209 : (2)
 .48 ,1998 : (4)

Ù

Ù

Ù

Ù

1

-

1

Ù

Ù

-

:

Ù

Ù

Ù

(1).

Ù

Ù

: Ù

1

Ù

-

-

1

(..

)

-

Ù

.

-

-

:

د

د

د

د

:

د

د

Ù

Ù

Ù

د

د

د

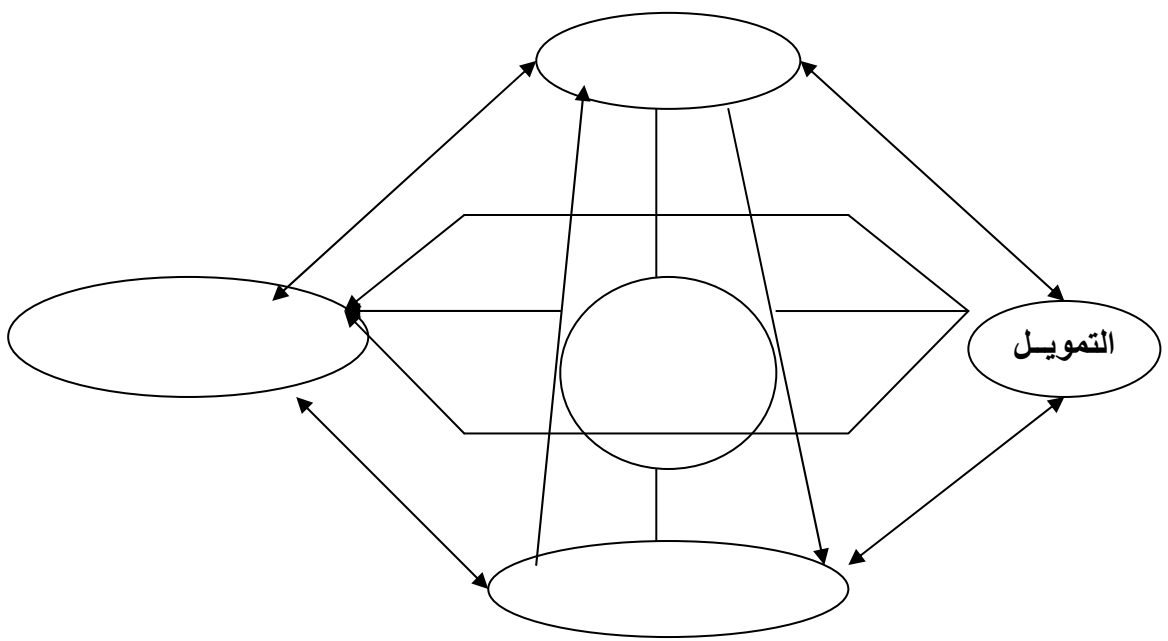
د

:

-1

Ù
Ù
Ù

(1)
:(5-1) Ù

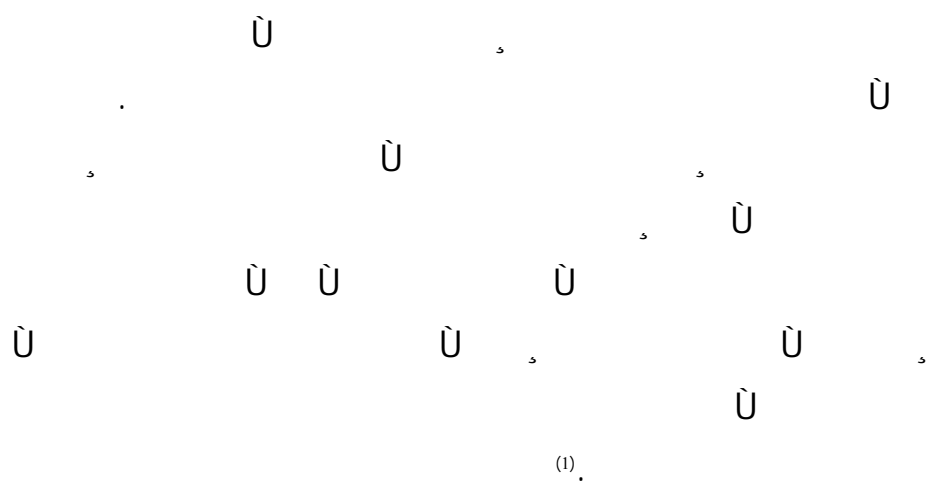


.124

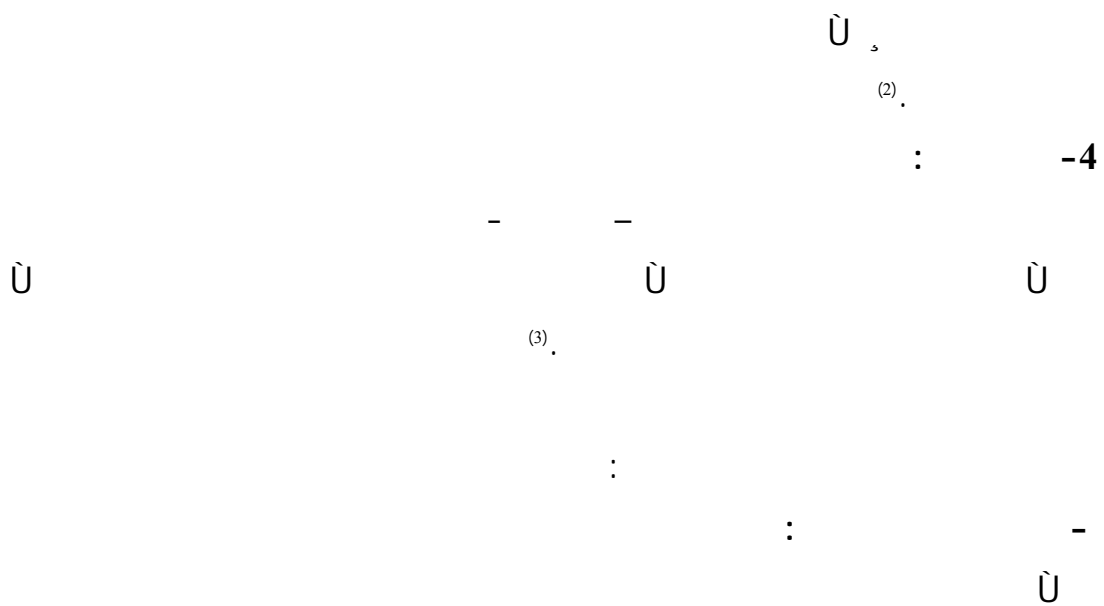
Ù Ù Ù

Ù

: /2



. /3



-
- .84,83:(1)
 - .125:(2)
 - .213:(3)

Ù ()

.

: -

Ù Ù Ù Ù

.

.

Ù

.

.

(1)

Ù

Ù

: -5

.

.

.

Ù

.

:

: -

...

.

: Ø Ø -

Ù Ù

....

: -

: -

.

.

.

.

.

.86 : (1)

.126 : (2)

(1).

Ù
Ù

:

-

Ù

Ù

:

-

:

-

(2).

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

د د د د د :

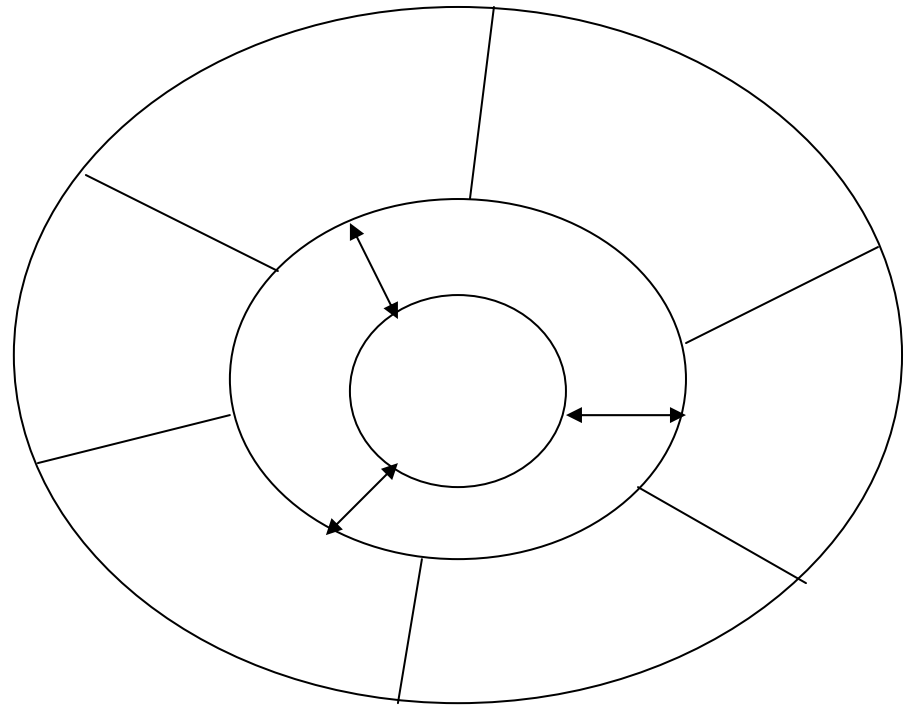
.(....

Ù

.127,126 : (1)

.215,214 : (2)

(6 -1) :Ù



.129

د د :

:/1

Ù

د

د

Ù

Ù

Ù

Ù

د

Ù

Ù

د

:

(1)

د د

د

د

:
/2

Ù
Ù
(1)
:

-3

Ù
Ù
(2)
:

-4

Ù
Ù
Ù
Ù
Ù
Ù
Ù
Ù
Ù
(3)

.129 : (1)

.211 : (2)

.76 : (3)

:

-5

\hat{U} \hat{U} \hat{U}
 (..)

\hat{U}
 \hat{U}

(1)

:

-6

(2)

\hat{U}

1

\hat{U}

\hat{U}

\hat{U}

.62 : (1)

: (2)

.55 2005-2004

			Ù	
			Ù	
				Ù
		(1)	:	-2
			Ù	
			Ù	
		1		-
		1		-
		Ù		-
			Ù	
			Ù	
				(2)
			:	
			:	:
		:	Ù	Ù
			:	/
			Ù	
			:	/
			Ù	

:(1)

99.98 2001/2000

(2) :M, Badoc, marketing, management pour la banque et l'assurance, édition Dunod,Paris, 1986,p108.

:

-

1 ù

ù ù -

(1)

:

ù ù

ù ù

(1) : yves le golvan, op. cit. p64.

. ù : (2-1) ù

: . ù	ù	.I							
	ù	.II							
	ù	.II							
		.IV							
		-							
		-							
		.V							
		ù							
		-1							
		-2							
	-3								
	ù	-4							
	-5								
	-6								
ù	.V								
ù									

Source : M Badoc, marketing management pour la banque et l'assurance, op cit, p110.

ù ù

ù ù

) ù ù ù

(..... ù

ù

ù

ù

ù

Ù

Ù

Ù

Ù

()

Ù

(...)

⁽¹⁾ .

Ù

Ù

Ù

()

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

:Ø

Ù

⁽²⁾ :

Skinner -

(1) : Ph.Kotler, B.Dubois, opcit, P322.

ph.kotler -

Ù

Ù Ù Ù

proctor -

:

Ù

()

*

1

Ù

*

Ù

.

Ù

Rome Barry -

1Ù

Ù

-

1

1

Ù

-

1

Ù

-

1

Ù Ù

Ù

-

1

(1) Ù

-

.

:

1999

Ù

Skinner

Ù

:

Rome Aker

Ù

1

-

Ù

Ù ()

-

Skinner Kotler

Ù

Rome Aker

Ù

Aker Rome

:

:

:

*

Ù

Ù

(1)

:

*

Ù

(...

Ù

س س

Ù

س س

)

Ù

Ù

Ù

Ù

(2)

:(7-1) Ù

65	65-40	39
Ù	Ù	Ù
Ù	Ù	Ù
Ù Ù	Ù	Ù Ù

\$16000 Ù

\$44000 - Ù

\$44000

. 181

:

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

:

*

Ù

...

(2)

.

:

Ù

:

*

Ù

Ù

Ù

(1)

.

:

Ø

*

.

Ù

Ù

:

:

*

Ù

Ù

(

)

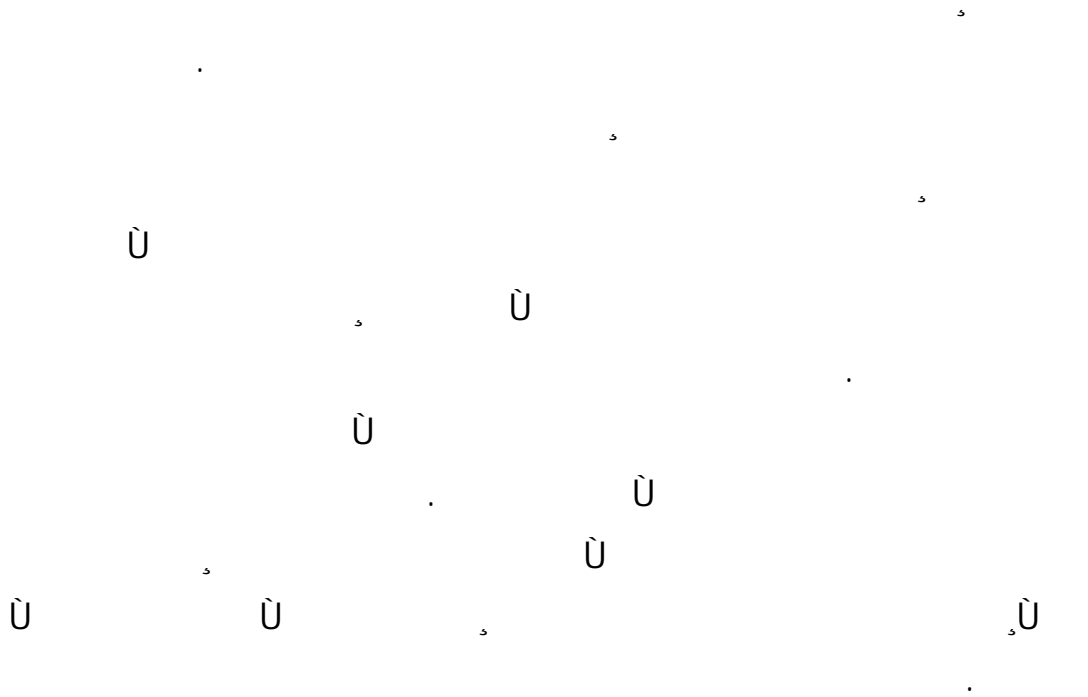
:

:(3-1) ù

<p>...ù ù ù 10.000 ù 5000 ù 1000 ù</p>		
<p>ù (21-18) ù (8-15) ù 15 ù 60 ù (60-45) ù (5-35) ù (35-21) 7 ù 6-5 ù 4-3 ù 2-1 ù ù ù 24000-18000 ù 18000-12000 ù 12000 ù 30000 ù 30000-24000 ù ù</p>	<p>ù</p>	
<p>ù ù ù</p>	<p>ù</p>	

Source : Monique Zollinger, Marketing bancaire, op cit,p 204.

:Ø Ø



Ø

: Ø

Ù

د

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

د

Ù

. 1962 Bordan

Ù

د

Ù

Ù

د

د

د

د

.

:Ø

:

Ù

Ù

Ù

:Ø

Ù

Ù

,⁽¹⁾,

Ù

:

Ù

,⁽²⁾

/1

1

Ù

/2

1

/3

:

:

-

Ù

Ù

,⁽³⁾,

.61

Ù

:(1)

.241

:(2)

.137

:(3)

-

Ù

: Ø -

Ù

Ù

.(1).

-

.(2).

:(1-2) Ù



.137

.62

(1)

.138

:(2)

)

(

Ù Ù

Ù Ù Ù Ù

.

.

:

Ù

Ù

(1).

Ù

:

Ù -1

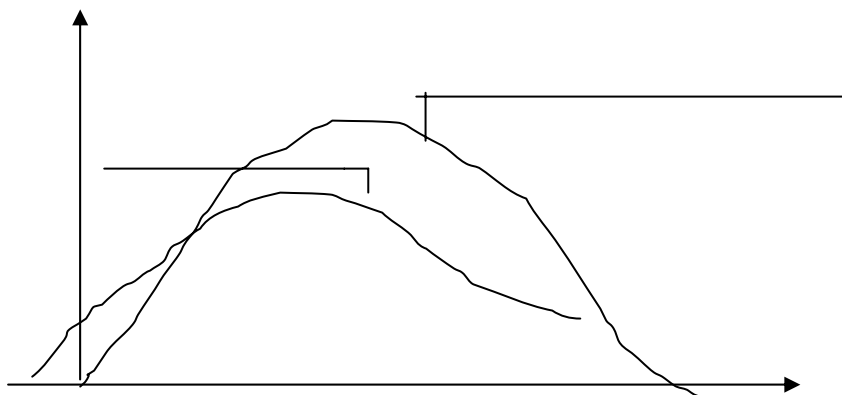
Ù

Ù

Ù

Ù

Ù (2-2): Ù



Source : M, Badoc, Marketing, Management, opcit, 214.

(1): Marc Vander caumen ,marketing , l essentiel pour comprendre , décider , agir , 2^{eme} édition de boeck université, Belgique, février, 2006 p 30.

72. : (2)

: -1

Ù

(1)

: -2

Ù

(2)

Ù

: -3

Ù

Ù

Ù

:

1

Ù

*

*

: -4

(3)

Ù

.) Ø : ù
 . ù (:
 . :
 :
 : ù :/
 : ù -
 ù -
 : : :/
 ù
 : 1 -
 ù 1 -
 1 1 ù -
 1 -
 . Ø :/
 : ù
 1 -
 1 -
 1 -
 ù -
 (1)

. Ø :/

Ù	Ù	Ù					
				:			
			1		Ù	-	
				1		-	
					1	-	
				.		-	
				:		-	
Ù							
				(1),			
						:	
		1				-	
				1		-	
	Ù	Ù				-	
							1
			(2),			-	
				:		-	
					Ù		
					Ù		
				:			

.247 : (1)

.79 : (2)

: Ø /

Ù :
Ù 1 -

Ù : Ø /
Ù Ù Ù

.Ù -

: -

:
1 Ù -

: Ù

1 -

1 -

1 -

(1) -

:

:Ø

.

.

.

(1)

.

()

heany lovelock ù

.

-

1

-

1

ù

ù

-

1...

(ù)

1

-

-

ù

ù

:

1

-

1

ù

-

-

:

-

1

(2) 1

ù ù

-

.144

:(1)

.249

:(2)

: Ø /

Ù

Ù Ù Ù

(1),

:

()

Ù

(2), Ù

Ù

:

1

1

1

1

-

-

-

-

(2) : M, Badoc, réinventer le Marketing de la banque et de l'assurance, opcit, p203.

Pascal quester, Amélie clauzel, Alexandre steyer

(1) : Alexandre Steyer, Amélie Clausel, Lascale Quester, marketing une approche quantitative, collection synther learns éducation, paris, août 2005, P130..

د ù د -1
 1
 ù -2
 1
 د ù -3
 1 د ù
 ù -4
 (1) .
 . Ø :
 ù
 د ù ù
 ù ù د ù
 :
 : Ø -1
 ù ù ù
 .
 : /
 (2) .
 : /
 د ù ù
 .
 ù د

U

U

U

: /

U

U U

(... (1))

(1)

U

: /

U

U

U

(2)

∅ -2

U

U

:

:∅ /

U

U

U

:

/

U

: /

.159 : (1)

: (2)

.211 , 1995 -

(1) $\hat{U} = \frac{1}{1 + \frac{1}{1.167}}$
 $\hat{U} = \frac{1}{1 + 0.853}$
 $\hat{U} = \frac{1}{1.853}$
 $\hat{U} = 0.539$

(2) $\hat{U} = \frac{1}{1 + \frac{1}{1.213}}$
 $\hat{U} = \frac{1}{1 + 0.824}$
 $\hat{U} = \frac{1}{1.824}$
 $\hat{U} = 0.548$

(3) $\hat{U} = \frac{1}{1 + \frac{1}{1.167} + \frac{1}{1.213}}$
 $\hat{U} = \frac{1}{1 + 0.853 + 0.824}$
 $\hat{U} = \frac{1}{2.677}$
 $\hat{U} = 0.373$

(1) : Monique Zollinger, Eric Lamarque, marketing et stratégie de la banque 3^{ème} édition dunod, paris1999, p83
 (2) : Monique Zollinger, Eric Lamarque, marketing et stratégie de la banque 3^{ème} édition dunod, paris1999, p83
 (3) : Monique Zollinger, Eric Lamarque, marketing et stratégie de la banque 3^{ème} édition dunod, paris1999, p83

: Ø -1

Ù

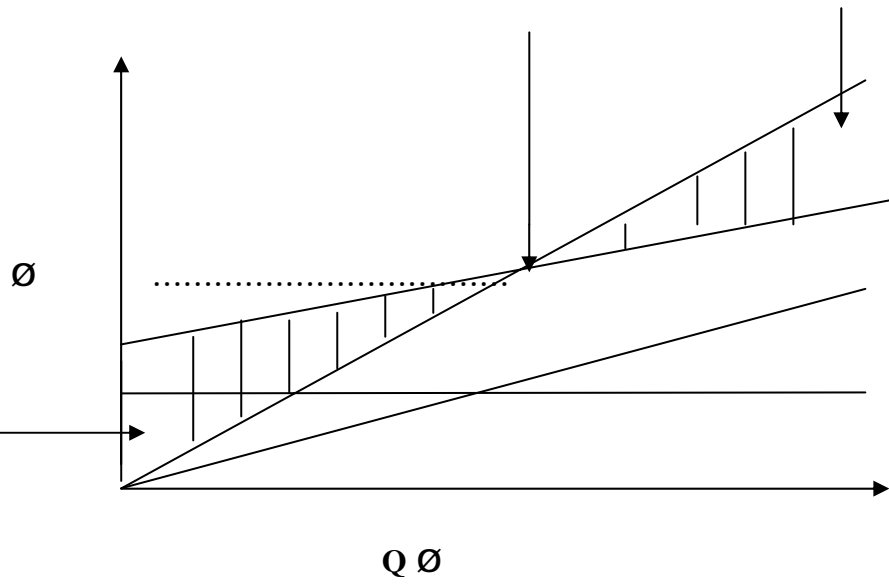
:

$$+ + = \text{Ù}$$

$$: \text{Ù} \text{Ù} \text{Ù}$$

Ø

CA Ø



.218

:

: Ù

$$\text{Ù} () -$$

$$+ = -$$

$$\text{Ù} \text{Ù} : -$$

$$:\text{Ù} -$$

.(1).

Ù

:

Ù

د ù -
 د 1 ù -
 د 1 ù -

(1)

: Ø -2

د ù ù ù ù
 ù ù ù ù
 : ù ù ù ù
 . = (+ +) -

ù

:ù

ù

.ù

Ø -3

(2) :

ù

ù

ù

.220 219 : (1)

.241 2000 : (2)

:

-4

.

.

.

U

:

U

*

U

U

.

.

:

*

U

.

:

/

.

1

U

.

/

/

1

U

/

(1).

:

.

.

:

:

U

:

:Ø

:

1

Ù

Ù

*

1

*

1

*

:

.():

-1

Ù

Ù

.(1) :

Ù

:

Ù

Ù

*

Ù

1

Ù

Ù

*

1

Ù

Ù

Ù

*

Ù

Ù

Ù

*

(2)

Ø

-2

Ù

Ù

:

.278

:(1)

.175

:(2)

	Ù	Ù (1) ₁	Ù	-
		1		-
(2)				-
			:	-3
Ù	Ù	Ù		
	Ù			
			:	
			:Ø	
			:	
				Ù
(3)		Ù	Ù	
			Ø	:
			Ø	/1
			:	
		1		-
		Ù		-
			1	
			Ù	

Ø /3

Ù

Ù

Ù

(1). ()

:

:

(2)

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

:Ø

Ù

:Ø

Denis lidon et Frederic jallat

Ù

Ù

(3)

Alexandre steyer

Ù

(4)

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

(5)

(2) : M, Badoc et autres, e-Marketing de la Banque et l'assurance, édition d'organisation, paris 2000, p73

(3) : Monique zollinger, le marketing étude, moyen d'action,et stratégie, p157.

(4) : Alexandre steyer et autres, opcit, p165

1
Ù

1

Ø :

Ù

Ù Ù

Ù

:Ø

: -1

Ù

()

Ù

(1):

: /

Ù

Ù

Ù

: /

Ù

Ù Ù

Ù

			:	/
	Ù			
	Ù	Ù	Ù	
			:	
	1		Ù	-
				-
Ù			Ù	Ù
				.
		(1)	Ù	
			.	-2
	Ù			
		(2)	:	Ø
				-3
			Ù	
			:	-4
			Ù	
	Ù			Ù
		Ù		
	(3)	Ù		

		281		:(1)
		.181		:(2)
				:(3)
.40	2004	15-14		

.

:

Ù

Ù

(1) :

Ù

DAB :

/

Ù

Ù

.Ù

GAB:

/

15 12)

Ù

Ù

(

75 6

...

Ù

Ù

Ù

Ù

.Ù

T.P.V :

/

Ù Ù

Ù

Ù

Ù

PIN

Ù

(2) .

Ù

(1) : M zollinger, Eric Lamarque, op.cit, p101.

:(2)

:(1-2) ù

Ø	ù	ù	
	ù	ù	DAB
ù	ù	ù ù	GAB:
ù ù ù ù		ù	T.P.V

:

:

/

ù ù ù ù

ù ù ù ù

ù ù

ù ù ù

ù ù ù

(1)

(1) : Benoît Lassara , le grand chantier du multi canal, revue banque et stratégie n°241,octobre2006,p3

Ù

Ù

Ù

Ù

د

Ù

Ù

Ù

د

Ù

. ...

د

Ù

Ù

Ù

د

(1).

Ù

.

Ø

-5

.

د

Ù

د

د

د

Ù

د

Ù

Ù

Ù

(2).

:

Ù

د

د

be

*

Ù

Ù

Ù

(3).Ù

24

Ù د Ù : (1)

.2004

: (2)

.197, 2004 14*15

: (3)

.2006Ù 25-24

Ù

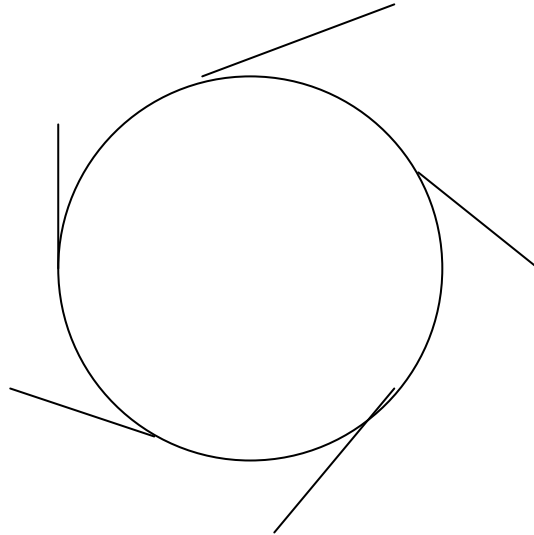
Ù

(1) .

(2) .

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في اختيار القنوات التوزيعية.

(4-2) :



.296

-1

(1): Benoit Lassara, op cit, p4.

(2): Nicolas bordas, On entre dans une ère de combat des marques, Banque Magazine,n°610, Janvier2000, p57

:

-2

Ù

د

د

د

د

...

(1) .

:

-3

Ù

د

Ù

. ...Ù

Ù

د

Ù

Ù

د

Ù

Ù

(2) .

Ù

د

:

-4

د

.

Ù

:

-5

د

(3) .

.297

د

د

:(3)

.18

د

د

:(2)

.287

د

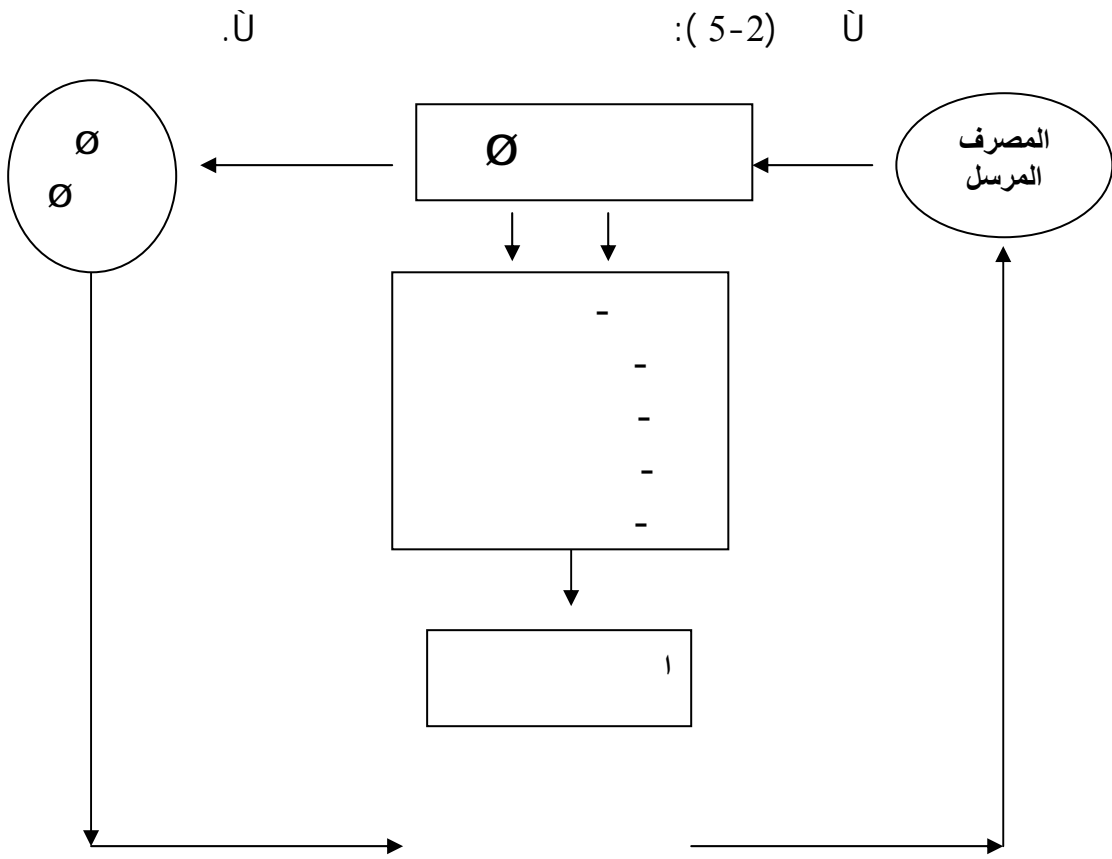
د

د

:(3)

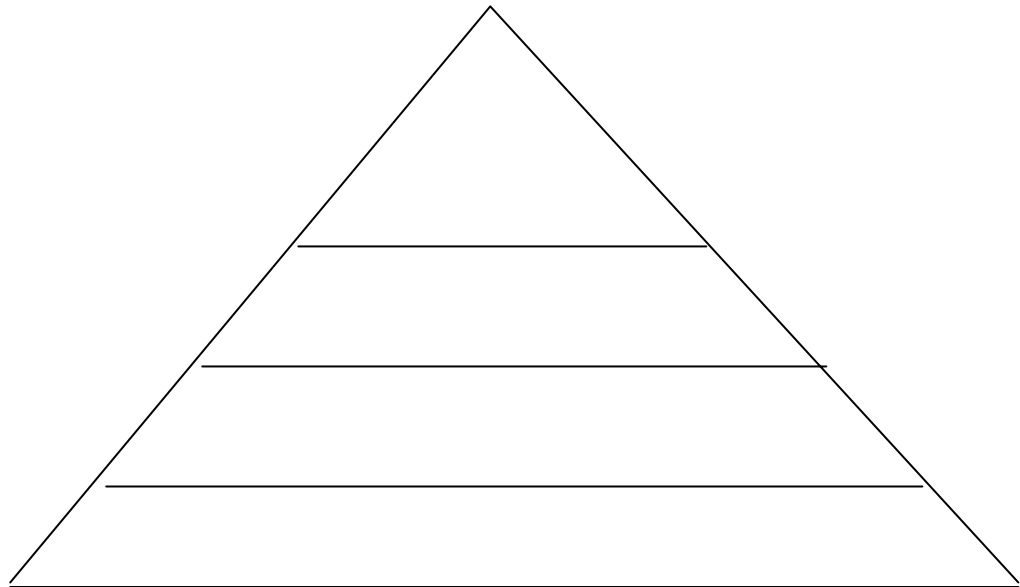
. :
 :
 ù ù
 ù ù ù ù
 .
 . :Ø
 . :Ø

(1) ù
 ù
 (2) . ù
 ù ù
 ù ù ù
 ù ù ù



:
 - Ø :
 Ø
 1
 - Ø :
 - Ø : Ø
 1 Ø Ø
 - Ø :

(1)₁



.160

(1)

Ù

.160*161

:(1)

-

Ù

:

1 Ù -

Ù Ù Ù -

Ù Ù Ù

Ù Ù Ù

Ù Ù Ù

:(2-2) Ù

- Ù - - Ù - -	Ù - - -	
- Ù - - Ù - -) .((Ù) Ù - - - - Ù - .(Ù) -	

<p>()</p> <p>Ù</p>	<p>Ù</p>	
<p>Ù</p>	<p>Ù</p>	
<p></p>	<p>Ù</p> <p>Ù</p> <p>Ù</p>	
<p>()</p> <p>Ù</p> <p>(/)</p>	<p>()</p> <p>Ù</p>	

. :
 : /
 ù ù ù
 ù
 (1) .
 ù ù
 ù ù ù
 : ù ù ù
 1
 1 ù -
 1 ù -
 1 ù -
 (2) . ù ù /
 : ù ù
 *
 1
 *
 1
 *
 ù ù ù ù ù
 ù ù
 (3) 1 ù

.314 : (1)
 .42 : (2)
 .87 ù ù ù ù : (3)

*

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

.Ù

Ù

Ù

Ù

:

:

-/

1

:

/

Ù

Ù

(1) .

Ø

:

:

Ù

:

/

د

Ù

Ù

Ù

Ù

.

Ù

:

/

د

د

(2) .

.93

Ù

Ù

Ù

:(1)

.312,311

:(2)

: /

Ù

Ù

Ù

: /

Ù

Ù

:

Ù

1

*

1

*

1

*

1

Ù

*

(1)

Ù

*

: /

Ù

Ù

:

Ø

Ø

/

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

.

.314.313 : (1)

.312 : (2)

1962 borden

4p,s

Ù 7p,s

(1).

Ù

:Ø

:Ø

Ù

borden

()

Ù

Mccarthy

Ù

Ù

:

1

Ù /

:(1)

.2004

15-14

. 93.92

:(2)

/

1

1

U

/

1

/

U

/

U

:

U

()

U

U

(1).

:

U

)

U

·(

U

)

(

U

U

:

:

U

U

U

(2) :

			:	:
		Ù		Ù
Ù	Ù		Ù	
		.	Ù	Ù
		Ù	Ù	Ù
			Ù	
		(1)		
			.	:
	Ù			
				Ù
			(2)	Ù
Ù	Ù	Ù		
			:	
			Ù	
	:	Ù		
	1			-
		1	Ù	-

.179 : (1)

: (2)

			1		-
	:Ù			Ù	-
	د				-1
			1	Ù	
Ù	Ù	د			-2
		د			
		Ù	Ù		
					-3
				(1)	
				Ù	
			Ù		
	:	د			
		د			/1
			.Ù		
					/2
		Ù		Ù	
					/3
(2)			Ù		Ù

:(1)

:(2)

: Ø

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ø

CNEP-BANQUE

: Ø

Ù

Ù

Ù

.

-

Ù

.

Ù

Ù

.

Ù

-

.

.

Ù

Ù

Ù

.

:Ø

:

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

.(1970 -1962)

:Ø

1962 Ù

Ù

1970

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

.(1) :

.(1963-1962) .

:

:

-

.(1)

-1

1962/08/29

Ù

Ù

.(2)

Ù

-2

Ù

1962/12/13

144-62

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

:(1)

.2005 09/08

Ù

Ù

.2002-1988

Ù

:(2)

.2006Ù 25/24

س ù 1 ù ù -

س(ù) -

س (1) ù

س . 1988 1970 :

س ù

1970

س ù

س

س ()

18

س ù

1971

س ù

س :

1

*

س ù

*

1

س ù

س ù

*

س :

-

-

-

1962 س ù

س ù

1973/01/01

س (2)

س .118 : (1)

س ù س : (2)

س .2006 25/24

د

Ù

Ù

د

1978

1982

د

(1).1985

Ù

د

12-86

د

Ù

1986/08/19

:

د

1

-

Ù

Ù

-

.

Ù

د

1988/01/12

06-88

Ù

Ù

Ù

Ù

د

د

د

12/86

1989

(2)

:(1)

:(2)

.399 2004

Ù
15-14

س

س

Ù

س(س)

:Ù

*

(1)

*

1990

:

س

Ù

1990 Ù 14

10/90

Ù

Ù

Ù

س

س

س

: 1990

1

Ù

-

1

-

1

-

1

-

1

Ù

-

1

-

-

1

-

Ù

-

(2)

-

-

:(1)

.250 2003

8-6

Ù

:(2)

.2003 Ù 23/22

Ù Ù

									-
	1				Ù				% 95
		Ù							-
		Ù	27000	Ù		Ù	10000		
					1		Ù		
	1								-
									-
					%50				
					Ù				
						1	2400		
							Ù		-
		Ù		Ù		BADR			
	2.5			Ù					400
						1	500		
		Ù							-
	Ù	21					Ù		
							(1). 2001	RIS	
		Ù							
					Ù				
									()
							Ù		
					Ù		Ù		
					(2)				
							.88		:(1)
							.250		:(2)

Ù

د

Ù

Ù

Ù

Ù

(1).

.

:

د

د

د

Ù

200

Ù

Ù

د

Ù

د

.

د

Ù

Ù

د

Ù

Ù

Ù

Ù

د

Ù

Ù

.

د

د

Ù

د

(1).

Ù

:

(1)

2004

15-14

-

-

.216·215

.	(1-3) ù
<p style="text-align: center;">ù</p> <p style="text-align: center;">1</p> <p style="text-align: center;">5</p> <p style="text-align: center;">1</p> <p style="text-align: center;">1</p> <p style="text-align: center;">ù</p>	<p style="text-align: center;">-</p> <p style="text-align: center;">-</p> <p style="text-align: center;">-</p> <p style="text-align: center;">-</p>
<p style="text-align: center;">1</p> <p style="text-align: center;">1</p> <p style="text-align: center;">1</p>	<p style="text-align: center;">ù ù</p> <p style="text-align: center;">-</p> <p style="text-align: center;">-</p> <p style="text-align: center;">-</p> <p style="text-align: center;">-</p>
<p style="text-align: center;">1</p> <p style="text-align: center;">1</p> <p style="text-align: center;">1</p>	<p style="text-align: center;">ù</p> <p style="text-align: center;">ù</p> <p style="text-align: center;">-</p>

www.fmi.org

ù

(1) :

ù

:

ù

ù ù

ù

(1)

Ù

Ù

Ù

1

Ù

Ù

*

1

*

Ù

*

1

Ù

Ù

*

Ù

Ù

(1) 1

Ù

Ù

Ù

*

Ù

()

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

1

Ù

-

1

-

:(1)

.418-417 2004 15-14

:(2)

.48 2004Ù 21/20

. - :
 ù 1962 ù
 ù 1962
 ù ù
 - Ø :Ø
 ù ù
 . - :Ø
 Simon -
 ù ù
 ù ù
 1964 64-227
 (CSDCA)
 : 1966
 1 ù
 . 1965 19 ù -
 . - Ø :
 ù -
 : ù ù -

(1) : le grand livre de la cnep-banque, Les 40 ans de la cnep-banque 1964-2004, Alger 2004, p16.

.1970 1966

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

.% 7 4.5

. 1966

Ù

1966

.1979 1971 :

Ù

1971 Ù

Ù

Ù

(1)

Ù

-

1972

-

Ù

(2)

3000

Ù

1973

1975

46 Ù

1979

Ù

(3) Ù

(1), (2) : revue cnep news, numero19, octobre2004, p

(3) : le grand livre de la cnep-banque, op cit, p16.

		.1989	1980	:
Ù				Ù
	Ù			
		11590	1988	
			59	
	Ù			Ù
		73	47	120
		.1997	1990	:
				Ù
	1990 Ù	14		
		34	82	
	2652	135	Ù	48
	80000	12		
				Ù 1997
	(1)			
	1			Ù -
	1	Ù		-
				-
			(2) ₁	Ù

(1) : revue cnep news, numéro19,opcit, p9.

(2) : le grand livre de la cnep-banque, op cit, p36, 37.

	3200	200		2008	2004	
Ù						
Ù						
Ù				208		
			(1)			
			-			
-						
	.2008-2004					
			-			∅
2005	31			-		
Ù	-					
					2007	28
	Ù					
:		Ù				
				1		-
				1		-
				1	Ù	-
			1		Ù	Ù
					Ù	-
		(2)	Ù			-

(1) : revue cnep news, numéro19, op. cit, p10.

2008/2004

... Ø

Ù

Ù

-

Ù

:

:

Ù

-

1Ù

Ù

Ù

-

.%22.89

%19.17

2008

:

:

:

Ù

-

Ù

-

Ù

1

Ù

65000

-

-

1

36

Ù

100

Ù

-

(1)

(1) : le grand livre de la cnep banque, op cit, p104-106.

	-	:
	Ù	Ù
	Ù	Ù
	Ù	Ù
	1	-
	1	-
	1	-
	1	-
	Ù	:
	Ù	:
Ù	- . . .	Ù
1Ù		
	:	-1
	:	-2
	1	
	:	Ø
	Ù	-3
	Ù	
	Ù	
	1	
	:	-4
	Ù	Ù
	1	
	:	-5
	Ù	
	Ù	

:

-6

Ù - . . .

:

-7

Ù - . . .

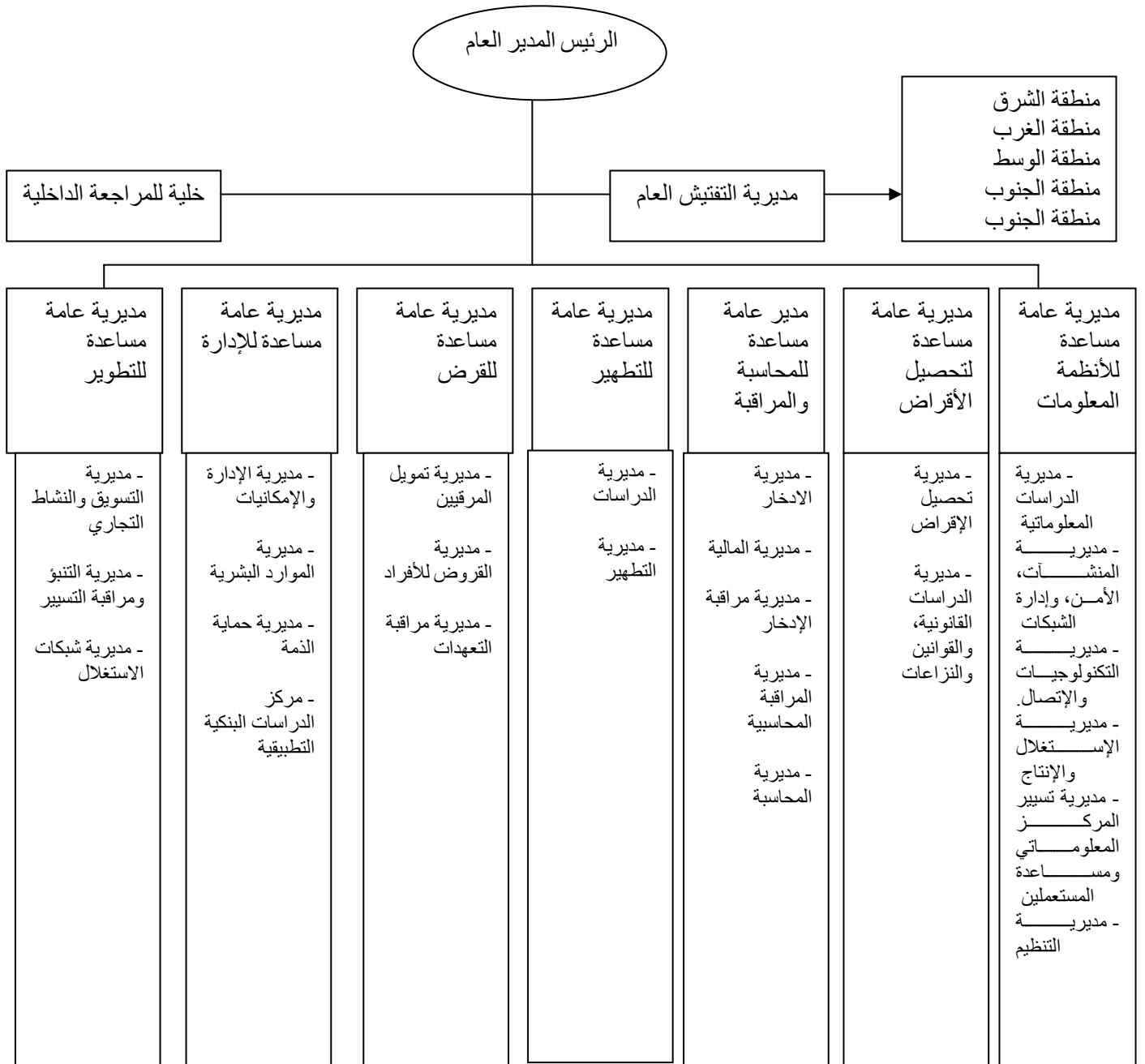
Ù

Ù

Ù

Ù

Ø : (1-3) Ø



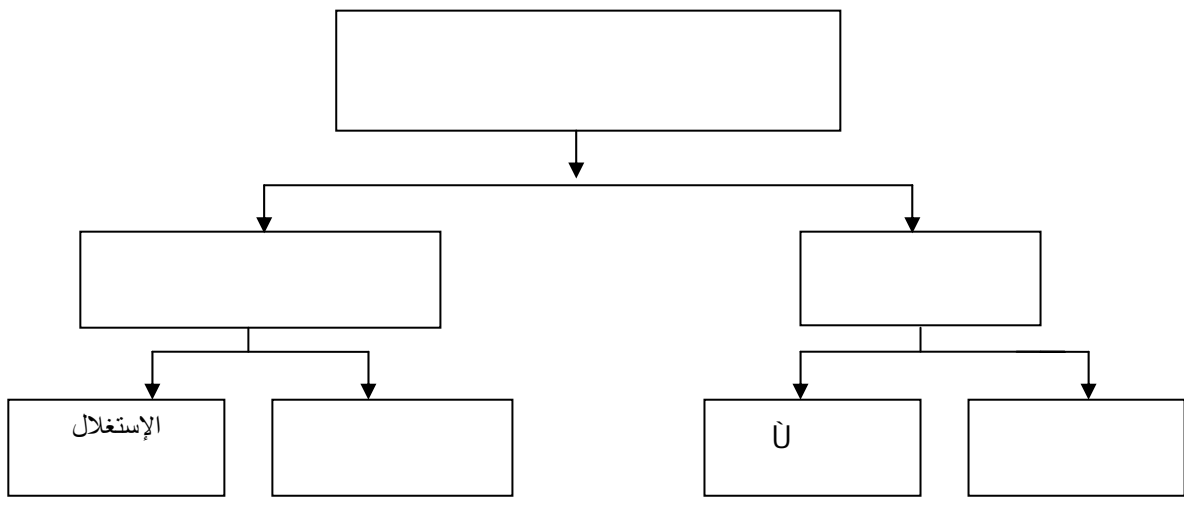
Source : www .cnepanque.dz

: ù
 - . . .
 : /1
 : (ù) 15 - . . .
 1() -
 1() -
 -
 :
 1 ù -
 1 -
 . -
 . -
 :
 1 ù -
 1 -
 1 -
 1 -
 . -
 : ù -
 1 -
 . -
 . ù -
 . : /2

 208
 ù
 (1).

:
 1
 1
 ù
 - ù
 ù
 96/89 ù 1996 ù 08
 -
 ù
 ù
 (1)
 1 ù
 ù

Ù (2 -3) Ù



96/86

(1).

. -

:

Ù

د

د

د د د

. -

:Ø

Ù Ù

د - د د د

Ù

.

. -

:Ø

: -1

د

. Ù
Ù

-

د

.

د
Ù

د

.

. -

-2

Ù

د

:

- د د د د

: Ø :

: -

Ù

Ù %2,5 Ù : -1

د

.

Ù 1992

Ù : -2

Ù Ù % 3 Ù

(1)

(1) : le grand livre de la cnep-banque, opcit, p42.

ù ù ù
 . ù ù
 : ù -3
 . ù *
 ù 1
 ù ù *
 ù - *
 ù *
 : -4
 : - ù ù ù *
 ù ù ù ù *
 ù ù *
 ù ù ù : ù *
 ù ù ù ù ù : ù -5
 (1)

(1) : revue cnep news numéro spécial, p17, 18.

:

- د د د د

:

: /

206527

Ù

Ù

Ù

%80

(1). 69922

Ù

:

(1) : revue cnep news, op cit.p21.

:(2-3) ù

30 70	ù ù ù %90 ù	
30 70	%90 ù ù	
10 70	%90 ù	
70 30	%80 ù	
30 70 24 ù ù	% 90 ù ù	
30 70	ù ù %10	
: 1 25 () 20 () 15	ù %90 ù %50	
10 70	%90 ù %80 %50 ù ù %50	ù
40	%100 ù ù	

Source : www.cnepbanque.dz.

		2008	
12		300.000	
Ù			Ù
		Ø	Ø /
		:	*
		:	
		1	-
		1	-
		.	-
		Ù	*
		1	-
	(1)		-
	Ù		
	Ù		
	-		:
Ù		-	
Ù	Ù		
		Ù	
			:
1		Ù	Ù
			*
	1	Ù	*
			*
		Ù	
			-
	Ù		
	Ù		

(1) : le grand livre de la cnep-banque, opcit, p63.

		50	Ù	Ù	Ù *
					Ù
				2004	31
			1 -		54948
			(1)	Ù	54948
					26523910
					Ù
			Ù	Ù	
			. ()</td <td></td> <td></td>		
			- . . .		:
					-1
				Ù	
					/
				Ù	
				Ù	
					(2)

(1) : le grand livre de la cnep-banque, opcit, p63.

:(2)

:

/

- د د د د

Ù

د

/2

Ù Ù

- د د د د

:Ø

/

- د د د د

Ù

(1)

Ù

Ù

:(3-3)

Ù

	Ù	
500000- - Ø	%0.50	03
	%0.52	06
	%0.55	12
50000- - Ø	%0.57	24
	%0.60	36
	%0.62	48
10000	%0.65	60
	%0.70	72

:

:

	Ù	
Ù Ù 5000	%2	
Ù 10000	%2.5	

: /2

%5.25

-

Ù %6.75

:(4-3) Ù

Ù		
		.1
	.()	1.1
%5.25	1	1.1.1
%5.75	1	1.1.2
%6.00	.Ù	1.2
		2
		2.1
%5.75	2.1.1
%5.75	2.1.2
%5.75	2.1.3
		2.2
		2.2.1
%5.75 Ù	2.2.1.1
%6.25 Ù	2.2.1.2
%7.00	2.2.1.3
%6.75	2.2.2

:

: (5-3) ù

10	1	9	1974/1967
60	27	33	1980
135	88	47	1990
180	133	47	2000
208	155	53	2008

Source : le grand livre de la cnep banque, opcit, p72.

: -

-2

-

ù

ù

(1)

.

- د د د

ù

ù

:

: Ø /

ù ù ù *

1

24/24 ù ù *

: /

1ù ù *

1

ù *

ù *

(2)₁ 30(1) : www.cnepbanque.dz

(2) : revue, cnep news, numero13, avril2003, p12.

د د د د د

د

- د د د

BNP PARIBAS

(1)

Ù - د د د Ù -cardif- Ù

: Ù Ù Ù

1 Ù /1

* /2

Ù Ù Ù Ù

Ù Ù /3

Ù Ù Ù

1 Ù

Ù Ù /4

(2)

Ù

(1) : revue, cnep news, numero28, janvier2007, p19.

(2) : revue, cnep news, numéro spécial, p17.

. -

:

: ' د د د د د

Ù Ù

: -

Ù - د د د د

Ù

:

: Ø -1

Ù - د د د د

.

: -2

Ù - د د د د

Ù

.Ù - د د د د Ù

: -3

Ù - د د د د

Ù

Ù Ù

: -4

- د د د د Ù Ù

Ù

: -5

- د د د د

Ù

www.cnepbanque.dz

Ù

- د د د
Ù

Ù

Ù

:

-

- د د د د

:

-

- د د د
Ù

Ù

Ù

- د د د د

:

:

-1

Ù

- د د د د

Ù

Ù

Ù

Ù

:

:

-2

40

- د د د د

.2004

:

- د د د د

	Ù	Ù	Western union :	-
			:	-
Ù	Western union		95000	:
(1)		Ù	Ù	Ù
	- . . .			:
			Ù	
2002			- . . .	
	Ù			
		Ù		Ù - . . .
			Ù	
		2002	Ù	
				1270
				. . .
		(2004-2002)		
			(2)	30
	Ù			05
				-
2375			40	2004
	(3)		127	

(1): revue, cnep news, n°13, opcit, p24.
 (2) : revue, cnep news, n°07, septembre2001, p11.
 (3) : revue, cnep news, n°11 septembre2002, p05.

2007

22

30

2005

10

Ù

(1)

2008

80

Ù

Ù

Ù

:

1

*

1

*

(2)

Ù

*

- · · ·

:

Ù

Ù

Ù

-

Ù

Ù

Ù

1997

· · · ·

Ù

-

(1): revue, cnep news, n°29 juin2007p29.

(2): revue, cnep news, n°11, opcit, p23.

. - . . .

Ø

:

:

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

.Ù

:Ø

Ù

Ù

:

:

/1

Ù

:

1 -

-

-

1 -

Ù

-

-

1

Ù

-

Ù

:

/2

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

: /3

Ù

-

: /4

Ù 200

()

: /5

Ù

: Ø /6

200

%100 Ù

.Ù

: Ø /7

Ù

Ù

(SPSS 15)

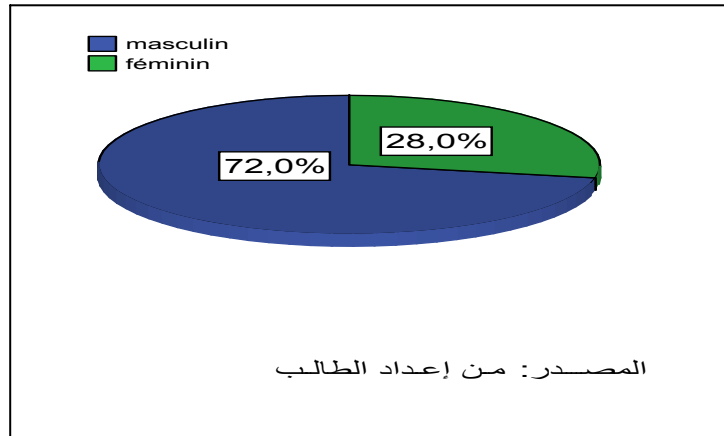
Ù (Analyse uni variée)

Ù

.Ù

Ù (Analyse bivariée)

:
 :
 :
 : 182 : /1
 10%72 131:
 % 28 51:
 : (3-3) ù



: ù : /2
 : (6-3) ù

1,1	1,1	2	20 ù
81,9	80,8	147	35-21
98,9	17	31	50-36
100	1,1	2	50

:
 : ù 182 ù ù ù
 10%80.8 ù 147 35 21 -
 10%17 ù 31 50 36 -
 .%1.1 50 20 ù -

: /3

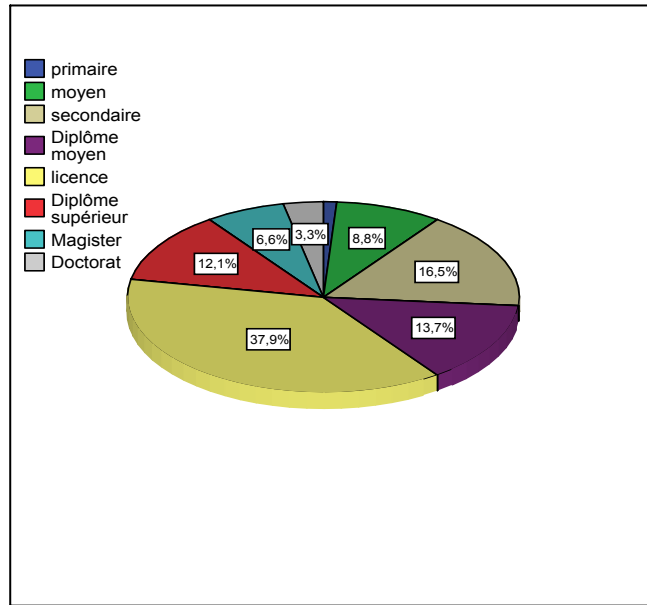
:(4-3) ù ù

%37.9

%13.7

%.4.6

:(4-3) ù



:

/4

:(7-3) ù

53,8	53,8	98	
99,5	45,6	83	
100	0,5	1	ù
---	100	182	

:

ù

%53.8

ù

ù

%.0.5

%.45.6

/5

-

:

1

%61 -

Ù

% 36.3 -

:(8-3) Ù

36,3	66	
61,0	111	
2,7	5	
100	182	

:

:Ø

/6

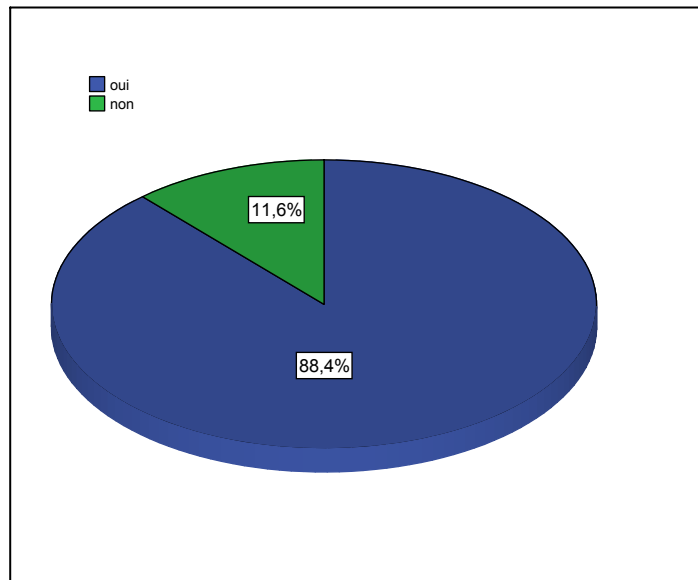
(-3) Ù Ù

%11.6

% 88.6

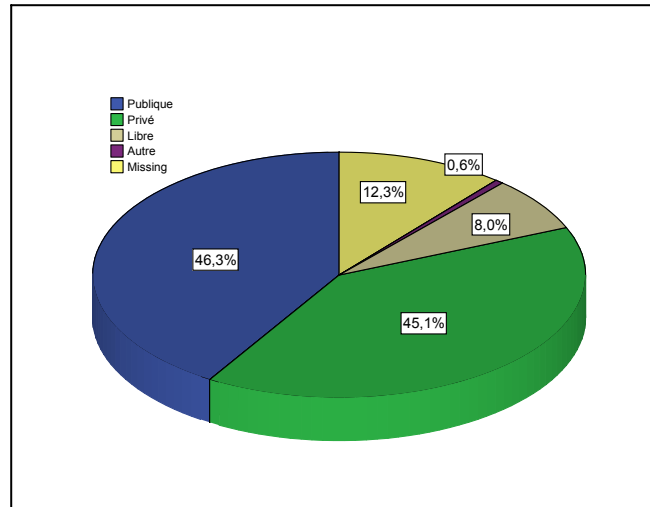
.Ù

:(5-3) Ù



:

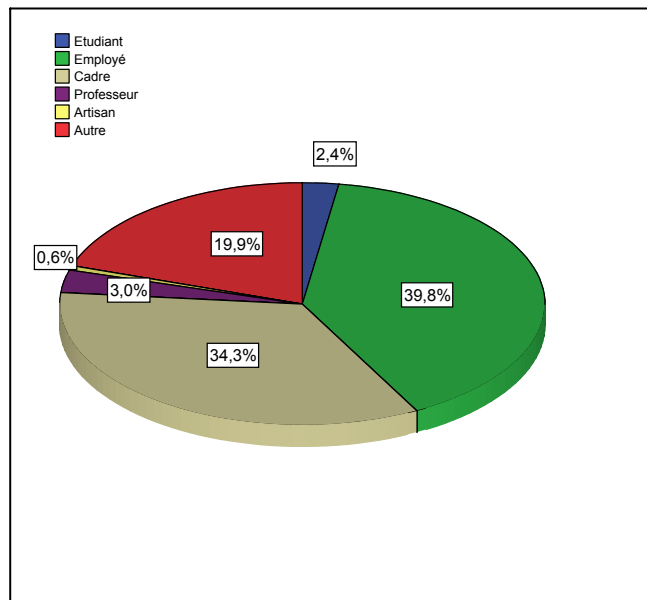
Ù : (6-3) Ù



% 45.1 % 46.3
 .%12.3

Ù Ù Ù

Ù : (7-3) Ù



Ù Ù -

1

1

1

1

Ø Ø :

1 /9

:(9-3) Ù

% 100	181	% 53	96
% 100	181	% 35.4	64
%100	181	% 55.8	101
% 100	181	% 74.6	135

% 64 % 74.6

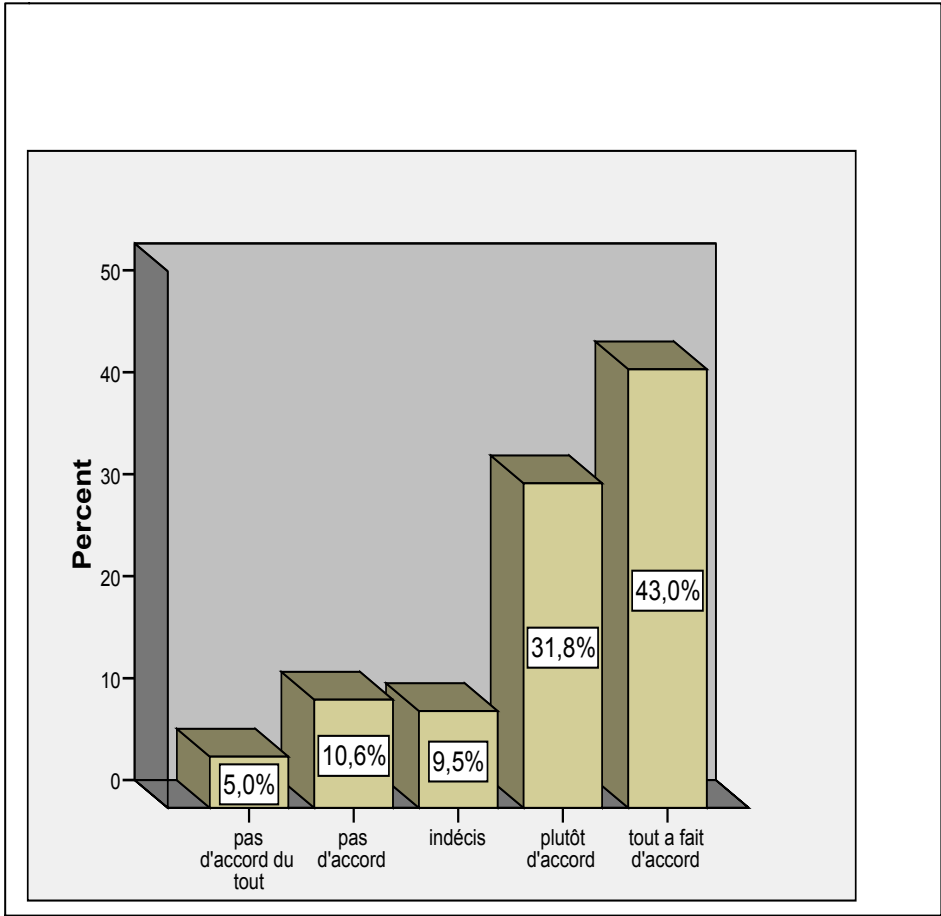
/10

:(10-3) Ù

	3.97	77	57	17	19	9
		%43	%31.8	%9.9	% 10.6	% 5

Ù Ù

1 %43 -
1 % 31.8 -
1 ù %10.6 -
ù % 5 -
%9.9
ù
: ù 3 3.97
:(8-3) ù



ù
:
ù
ù
ù
ù
ù
ù

- -) ù
) ù
 ù () ù (- -
 (1):

	1
	2
	3
	4
	5

()

: ù

	1.79	1
	2.59	1.80
	3.39	2.60
	4.19	3.40
	5	4.20

1 CNEP-BANQUE

/11

:(11-3) Û

%100	175	%56.6	103	%39.6	72
%100	174	%63.8	111	%36.2	63 Û
%100	173	%73.6	134	%21.4	39
%100	174	%83.0	143	%17.0	31

:

Û

1 - د د د د %39.6 -
 %73.6 د **CNEP-BANQUE** %36.2 -
 - د د د د %83.0

1

/12

:(12-3) Û

	2,96	36	28	43	42	33
		%19,8	%15,4	%23.3	%23.1	%18.1

:

د د د د %23.1 % 23.3
 %15,4 Û %18.1
 Û 2,96
 - د د د د Û

1

Ø

/13

Ù

:(13-3) Ù

19	182	46	117	
%10,4	%100	% 25,3	%64,3	
19	182	107	56	
%10,4	%100	% 58,8	%30,8	
19	182	113	50	
%10,4	%100	%62,1	%27,7	

:

:

Ù

Ù

% 25,3 Ù

%64,3 -

1

%30,8 -

1

% 58,8 Ù

%27,7

-

1

Ø . 03 Ø

CNEP- BANQUE

/14

:(14-3) Ù

11.5	11.5	21	
%100	88.5	161	
----	100	182	

:

% 88.5

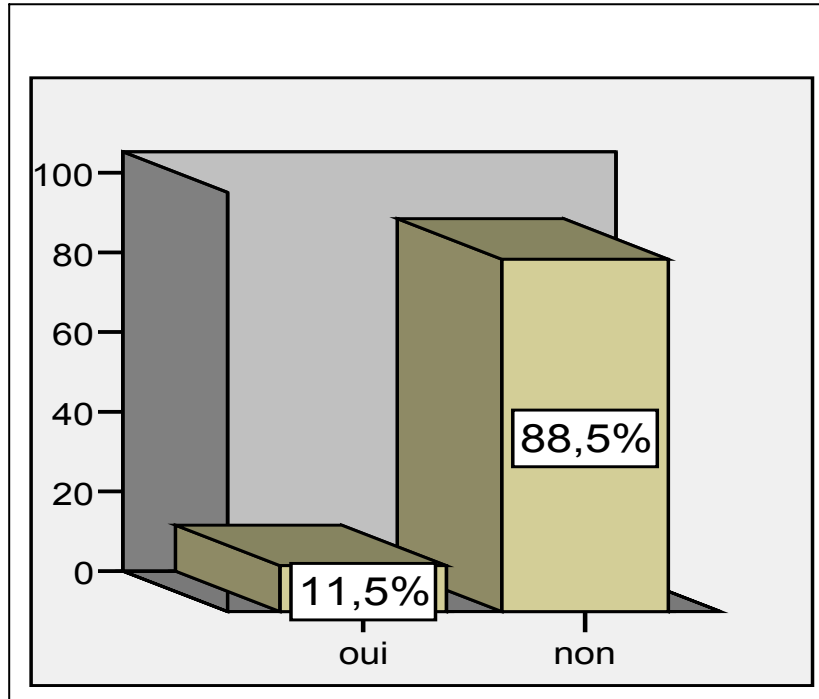
Ù

Ù

Ù

Ù %11.5

:(9-3) Ù



1

cnep-banque

/15

:(15-3) Ù

		Ù	Ù				
	2,62	2	28	62	68	15	CNEP
		%1,1	%16	%35.4	%38.9	%8.6	

% 38.9

Ù

Ù

Ù

%16

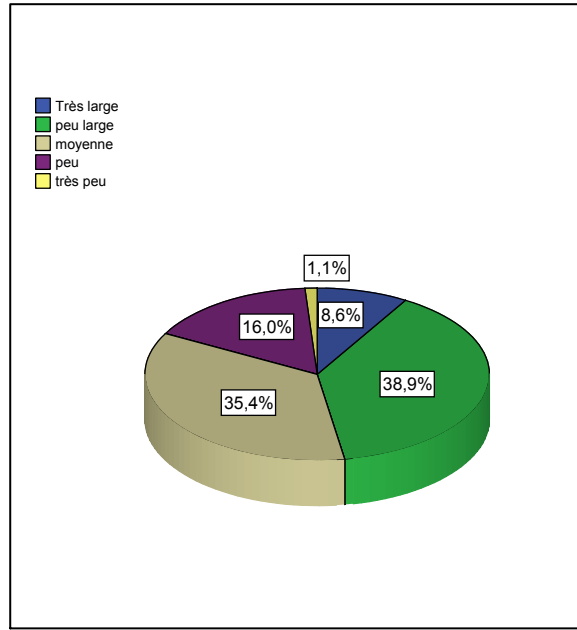
%35.4

cnep-banque

Ù

%1,1 %8.6

:(10-3) Û



.

:

.

Ø /16

Û

:(16-3) Û

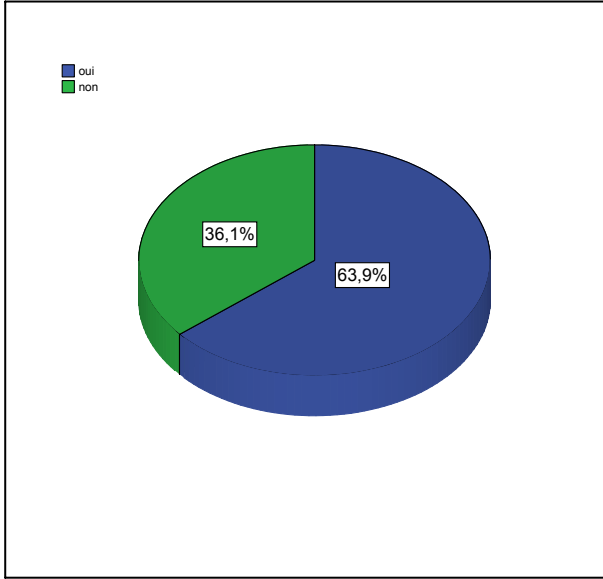
				Û
%100	180	%76.1	137	43
%100	180	%83.9	151	29
%100	180	%80.6	145	35
%100	180	%57.2	103	77
%100	180	%45.6	82	98
%100	180	%57.2	103	77

:

: د د د د ù ù ù
 د د د د %54.4
 % 42.8 د %45.6 ù
 %57.2 ù ù
 ù
 ù د % 16.1 %19.4 % 23.9 د
 . %83.9 %80.6 %76.1
 1 Ø /17
 ù :(17-3) ù

63,9	%63,9	%42,9	78	
100	%36,1	%24,2	44	
		%33,0	60	
	100	100	182	

:
 % 63.9 د ù ù
 % 33 د %36.1 ù
 ù :(11-3) ù



: Ø Ø :

CNEP-BANQUE

/18

:(18-3) ù

	CNEP			
% 100 129	% 64,3 83	%35,7 46		
%100 52	%59,6 31	%40,4 21		
%100 181	-----	-----	----	-----

:

46 ù 129

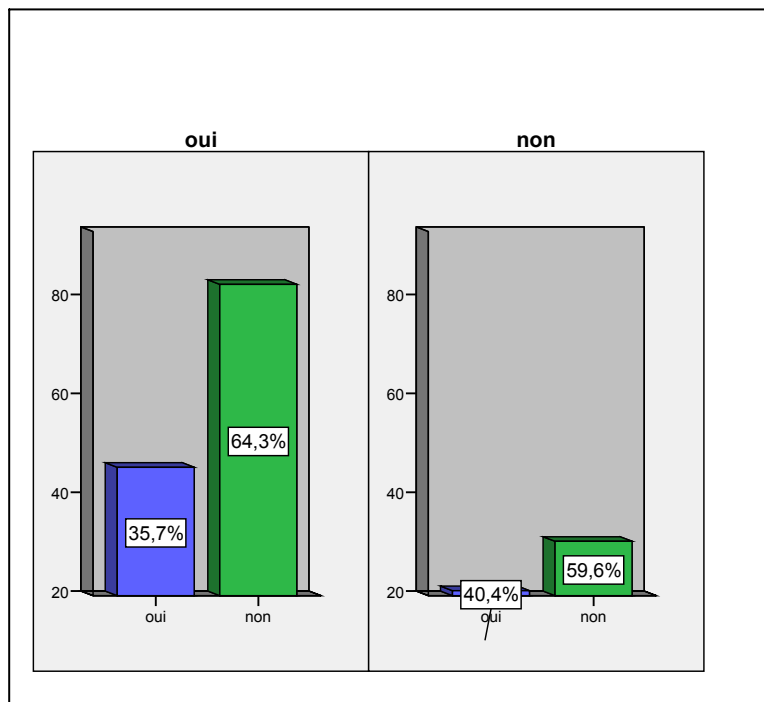
·CNEP-BANQUE

31 CNEP-BANQUE ù

ù 52

: ù - - - - - ù

:(12-3) ù



:

()

Ù Ù :

-

. Ù

: H

Ù

. . . .

:(19 -3) Ù

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	0,355(b)	1	0,551		
Continuity Correction(a)	0,181	1	0,670		
Likelihood Ratio	0,353	1	0,553		
Fisher's Exact Test				0,611	0,333
Linear-by-Linear Association	0,353	1	0,552		
N of Valid Cases	181				

:

,0.551

Ù

0.355

Ù

Ù

0.05

Ù

,cnep-banque Ù

cnep-banque

/19

:(20-3) Ù

13	4	9		
%100	%30,8	% 69,2		
125	45	80		
%100	%36,0	%64,0		
28	24	4		
%100	%85,7	%14,3		

:

Ù Ù

% 69,2 -

cnep-banque

Ù %64,0 -

1

Ù

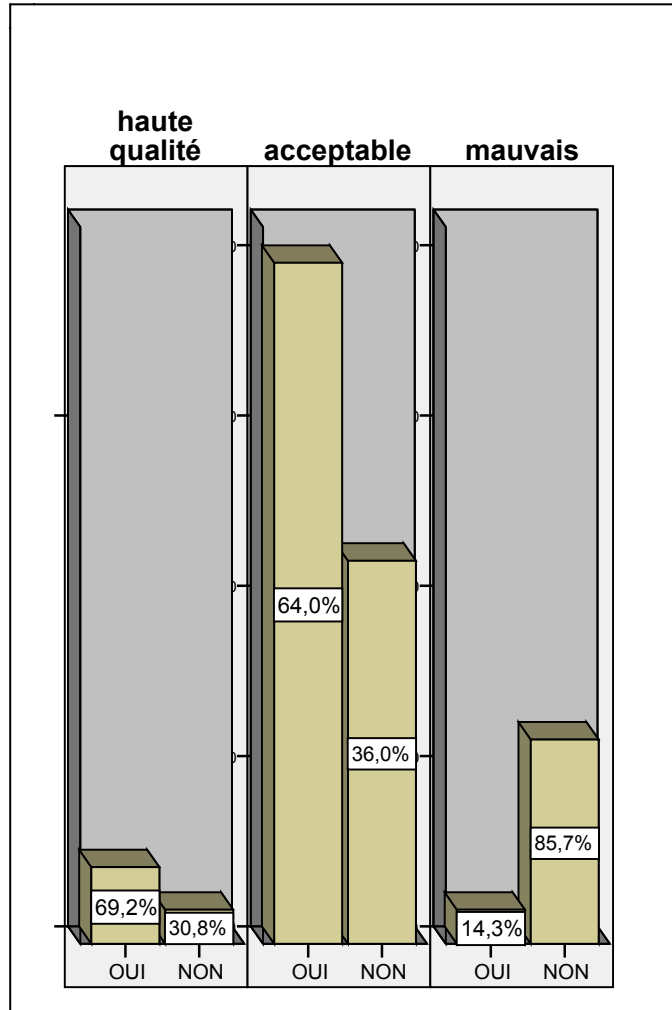
%85,7

·cnep-banque

Ù 28 -

: Ù

:(13-3) Ù



()

Ù Ù :

Ù

:H

- 3 3 3

:(21 -3) Û

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	23,947(a)	2	0,000
Likelihood Ratio	25,340	2	,000
Linear-by-Linear Association	18,283	1	,000
N of Valid Cases	166		

0.05 0.000 Û 23.947 Û

-

Ø

/20

:(22-3) Û

	4	1	1	2	
%100	%25	%25	%50		
63	5	32	26		
%100	%7,9	%50,8	% 41,3		
35	2	17	16		
%100	%5,7	%48,6	%45,7		
49	8	17	24		
%100	% 16,3	%34,7	%49		

:

: Û Û

%50 -

1

•cnep-banque

%41,3 -

1

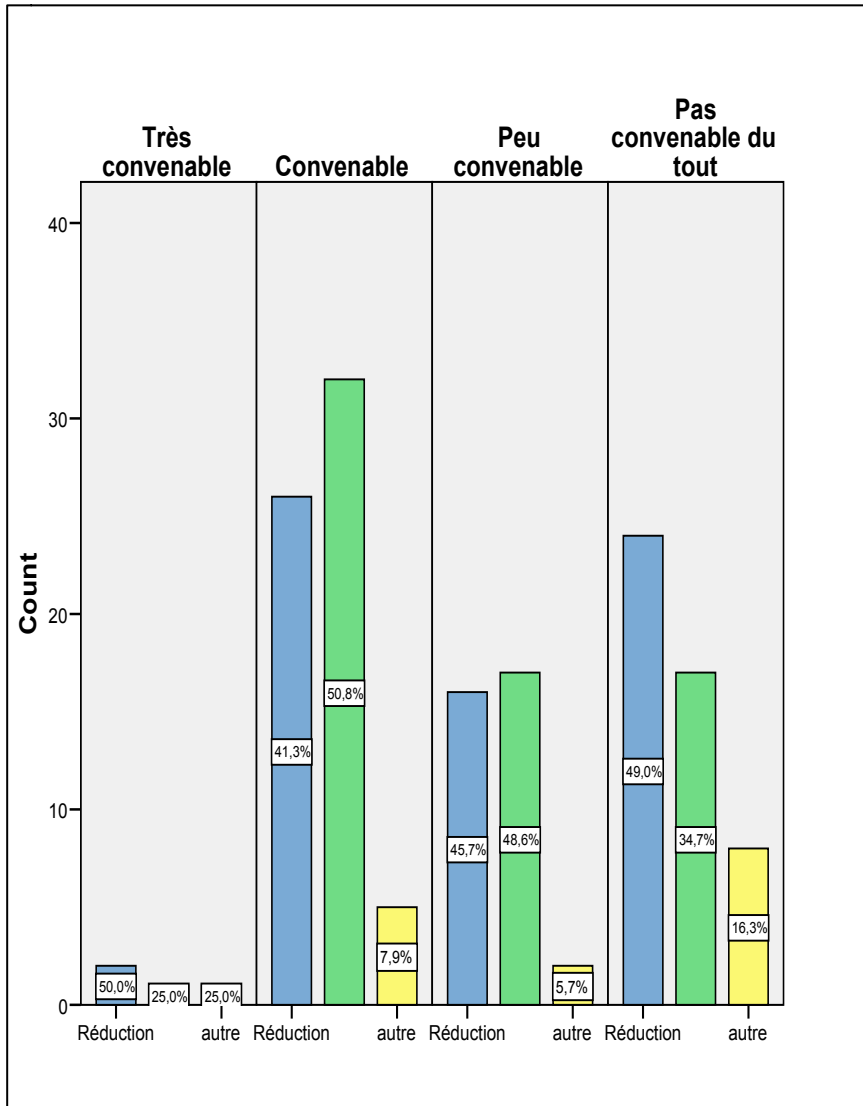
%50,8 Û

-
10%5,7

%49

%34,7

:(14-3)



U

cneq-banque /21

:(23-3) ù

%100	18	%94,4	17	%5,6
%100	42	%95,2	40	%4,8
%100	57	%93,0	53	% 7,0
%100	47	%91,5	43	%8,5
%100	18	%72,2	13	%27,8

:

ù ù

42 ù .ù 18 cneq-banque

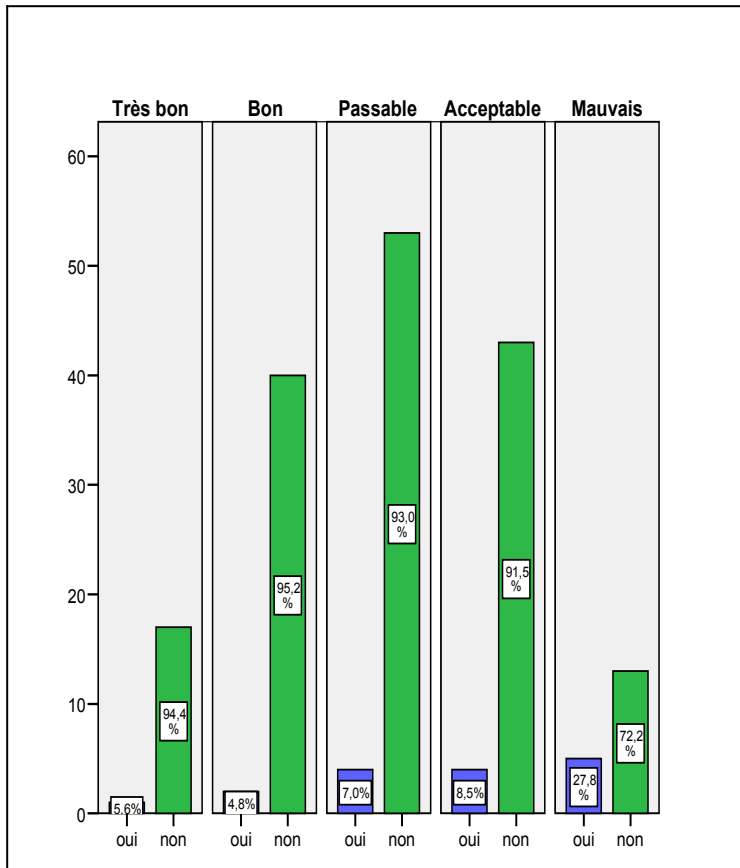
ù 57 %93,0

ù

%27,8 %8,5

ù

:(15-3) Û



:

...

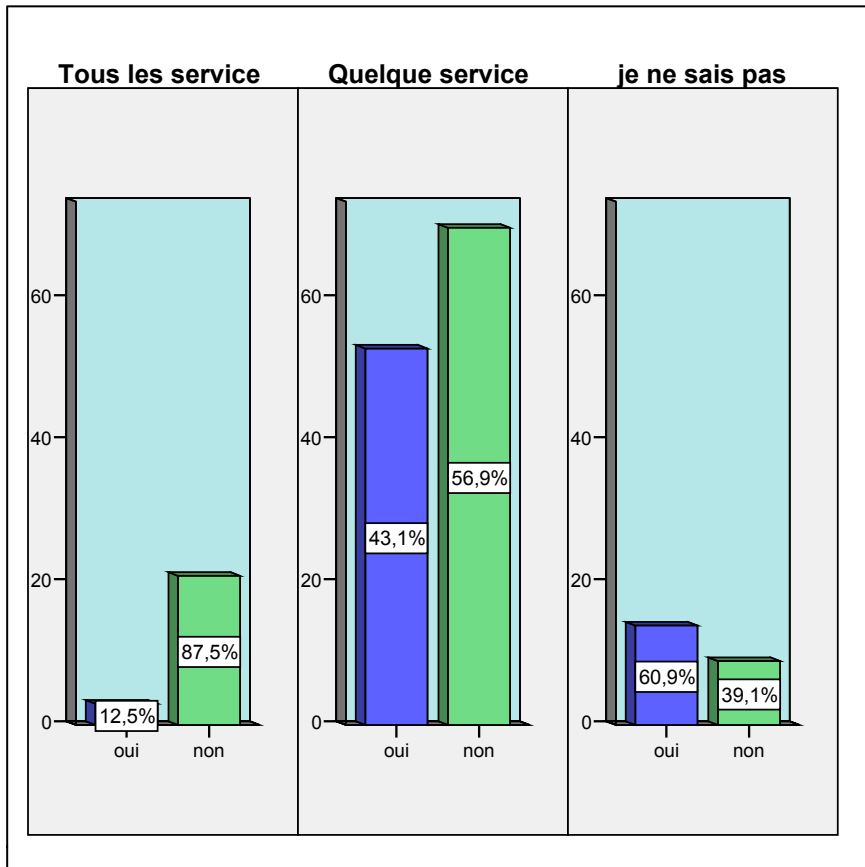
/22

:(24-3) Û

24	21	3	
%100	%87,5	%12,5	
123	70	53	
%100	%56,9	%43,1	
23	9	14	
%100	%39,1	%60,9	

:

: ù ù
 % 60.9 -
 1 %39.1 ù
 % 43.1 -
 1 %56,9
 ù
 ù % 87.5 ù %12.5
 :(16-3) ù



. ù () ù :
 - ù ù ù
 :H

:(25-3) Ù

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,017(a)	2	,002
Likelihood Ratio	13,317	2	,001
Linear-by-Linear Association	11,374	1	,001
N of Valid Cases	170		

Ù 0.002

Ù 12.017

Ù

0.05

Ø :

8,7,6,5,4,3,2,1

Ù *

Ù () Ù Ù

% 61

Ù

Ù

Ù

Ù -

1

Ù

09

Ù

Ù

*

% 64

1

10

Ù

Ù

*

Ù

Ù

1

11

Ù

Ù

*

125	182	19	*
80	cnep-banque		
1			
63	% 50.8	20	*
	cnep-banque		
	% 41.3		
1	-		
		21	*
		18	
		57	
	% 7 %5.6		
	1		
		22	*
	-		
	les brochures		

: Ø

-

Ù Ù

Ù

1990

Ù Ù

Ù

Ù

1997

1964

Ù

Ù

Ù

-

Ù

Ù

Ù

:

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

Ù

د

د

.

د

-

د

-

Ù

د

.

Ù

د

د

د

د

د

.

د

د

Ù

Ù

Ù

Ù

.

Ù

(

)

-

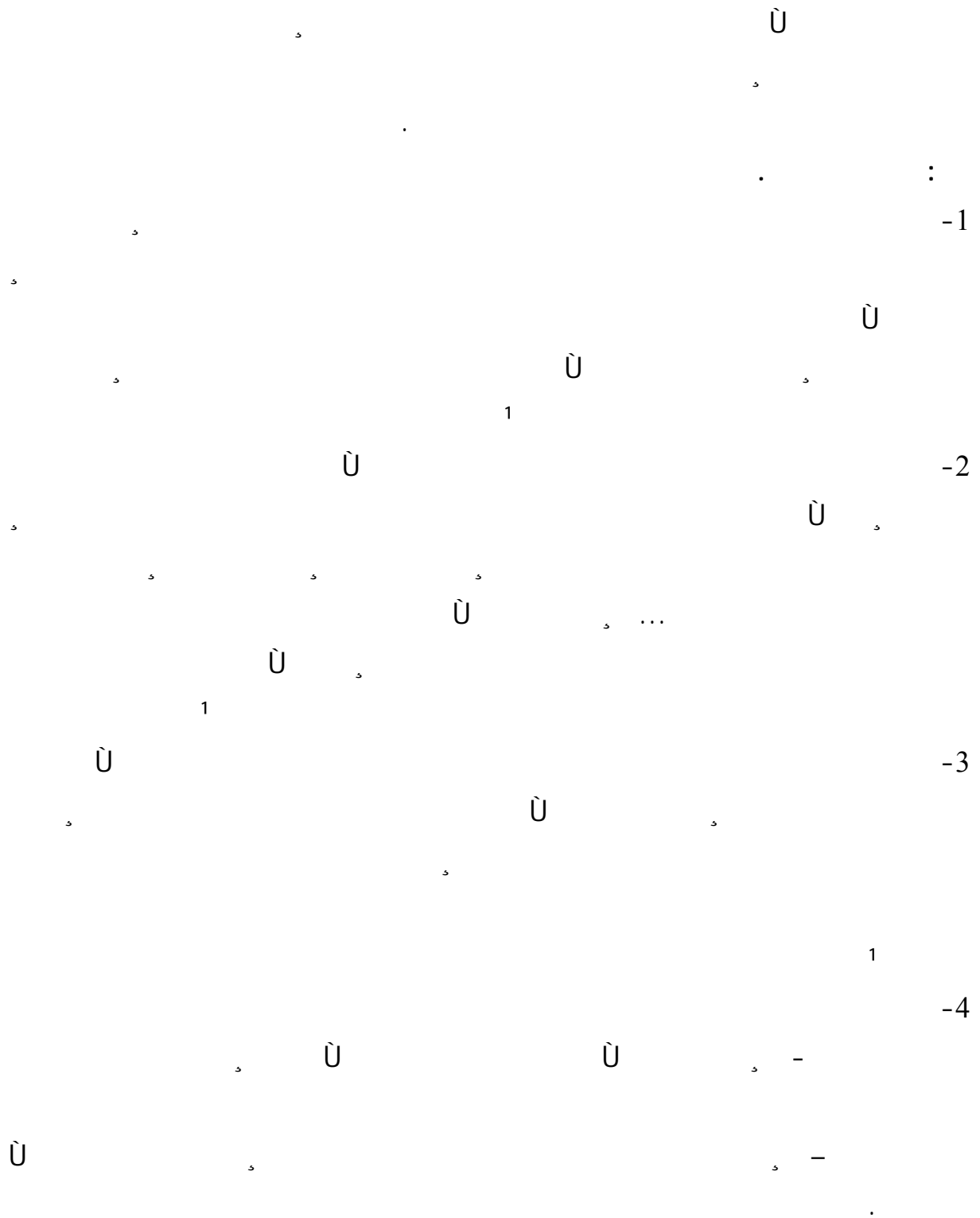
Ù

د

د

Ù

.



				.	:	
:			د		Ù	
	:		Ù		:	-
	Ù			Ù		-1
		1			Ù	
					Ù	-2
	Ù					
						د
	Ù					1
						-3
			د			
			1		Ù	
					Ù	-4
				1		
						-5
			د			
		1				-6
					Ù	
					:	-
						Ù
	-					
		:		Ù		-1
					Ù	
						1
						-2
						د
		1		Ù		

-3

1

-4

()

1

-5

-

1

-6

-

()

1

-7

1

:

-1

1

-2

1

-3

-

1

-4

1

	:	-
		❖
		-1
		2007
	Ù	-2
	2001	
	Ù Ù Ù Ù	-3
		1986
	Ù Ù	-4
1999		
		-5
		1995
Ù		-6
		2003
	Ù	-7
		2000
	Ù	-8
		1999
Ù	Ù	-9
		2004
		-10
		2000
Ù		-11
	2005	
	Ù	-12
		2000
1992		-13

	Ù	-14
	Ù	-15
1985	Ù	-16
	Ù	-17
	Ù	-18
	Ù	-19
	Ù	-20
	Ù	-21
	Ù	-22
	Ù	-23
	Ù	-24
	Ù	-25
	Ù	-26
	Ù	-27
	Ù	-28
	Ù	-29
	Ù	-30
	Ù	-31
	Ù	-32
	Ù	-33
	Ù	-34
	Ù	-35
	Ù	-36
	Ù	-37
	Ù	-38
	Ù	-39
	Ù	-40
	Ù	-41
	Ù	-42
	Ù	-43
	Ù	-44
	Ù	-45
	Ù	-46
	Ù	-47
	Ù	-48
	Ù	-49
	Ù	-50
	Ù	-51
	Ù	-52
	Ù	-53
	Ù	-54
	Ù	-55
	Ù	-56
	Ù	-57
	Ù	-58
	Ù	-59
	Ù	-60
	Ù	-61
	Ù	-62
	Ù	-63
	Ù	-64
	Ù	-65
	Ù	-66
	Ù	-67
	Ù	-68
	Ù	-69
	Ù	-70
	Ù	-71
	Ù	-72
	Ù	-73
	Ù	-74
	Ù	-75
	Ù	-76
	Ù	-77
	Ù	-78
	Ù	-79
	Ù	-80
	Ù	-81
	Ù	-82
	Ù	-83
	Ù	-84
	Ù	-85
	Ù	-86
	Ù	-87
	Ù	-88
	Ù	-89
	Ù	-90
	Ù	-91
	Ù	-92
	Ù	-93
	Ù	-94
	Ù	-95
	Ù	-96
	Ù	-97
	Ù	-98
	Ù	-99
	Ù	-100

		-28
2000	:	*
Ù	Ù	-29
'2006Ù	25 24	-30
-	Ù	Ù
		-31
	'2004	15 14
		-32
	'2004	15 14
		-33
	'2005	
Ù		-34
'2006Ù	25 24	Ù
		-35
15 14		
	'2004	
Ù		-36
Ù	Ù	
	'2006Ù	25 24
		-37
Ù	Ù	
	'2006Ù	25 24
		-38
	'2004	15 14

						-39
	'2004	15-14				-40
						-41
			'2004	15-14		-41
						-42
			'2004	15 14		-42
						-43
	.2005	09/08				-43
						-44
			'2004			-44
						-45
	.2003	8-6				-45
						-46
						-46
						-47
	.2006	25/24				-47
						-48
						-48
						-49
	.2004	15-14				-49
						-50
						-50
						-50
						-50
						-50
			'2006	25/24		-50
						-50

:

*** Les ouvrages :**

- 51- Alexander steyer, Amélie Clausel, lascal quester, Marketing une approche Quantitative, collection synther éducation, paris aout2005 ;
- 52- jean pierre helfer et autres, management stratégie et organisation, édition vuibert, france2006,
- 53- Michel Badoc et autres, e – Marketing de la banque et de l'assurance, édition d'organisation, paris2000 ;
- 54- Michel Badoc, réinventer le Marketing de la banque et de l'assurance, édition d'organisation, paris1986 ;
- 55- Michel Badoc, Marketing Management pour la banque et l'assurance, édition d'organisation, paris1999 ;
- 56- Marc vander caumen, Marketing, l'essentiel pour comprendre, décider, agir ,2^{ème}édition de boek, université de Belgique, févrie2006 ;
- 57- Monique zollinger, Éric la marque, Marketing et stratégie de la banque, 3^{ème} édition, dunod paris 1999;
- 58- Monique zollinger, le Marketing étude, moyen d'action, stratégie, sans l'année de publication,
- 59- Philip Kotler, Bernard Dubois, Marketing Management ,10^{ème} édition, Pearson éducation, paris 2000 ;
- 60- Philip Kotler, Bernard Dubois, Marketing Management, 9^{ème} édition, Publi union, paris 1999 ; ;
- 61-Sylvie de coussergues, gestion de la banque, édition dunod Paris1999 ;
- 62- Yves le golvan, Marketing bancaire et planification, édition banque, france1985.

Les séminaires :

- 63- Amroune Seddik, les pratiques marketing en Algérie, séminaire national sur les réformes économiques en Algérie-les pratiques marketing, 20/21avril2004, centre universitaire de béchar ;

*** les revues et les périodiques :**

- 64- Benoît lassara, le grand chantier du multi canal, revue banque et stratégie numéro 241 octobre 2006 ;
- 65- le grand livre de la cnep-banque, Les 40 ans de la cnep-banque1964-2004, .
- 66- Nicolas bordas, on entre dans une ère de combat des marques, banque magazine numéro 610 janvier2000 ;
- 67- revue, cnep news, numéro 07, septembre2001 ;
- 68- revue, cnep news, numéro 11 septembre2002 ;
- 69- revue, cnep news, numéro13, avril2003 ;
- 70- revue, cnep news, numéro spécial, mai 2003 ;
- 71- revue, cnep news, numero19, octobre2004 ;
- 72- revue, cnep news, numéro 26, juillet2006 ;
- 73- revue, cnep news, numero28, janvier2007 ;
- 74- revue, cnep news, numéro29 juin2007 ;
- 75- revue, cnep news numéro spécial ;
- 76- stratégica business et finance, revue économique mensuelle, numéro 08, mai2005.

***Les sites internet :**

- 77- www.cnepbanque.dz
- 78- www.fmi.org

			رقم الإستمارة
--	--	--	---------------

1 د

-

د

د

(X)

.

.

Ù

د

Ù

.

Ù

Ù

Ø :
 ° -1

		-1
		-2
		-3
		-4

° -5

.....
 ° ù 1990 /2

ù -3
 °

° CNEP- BANQUE -4

		-1
		-2
		-3
		-4

: -5

.....
 °CNEP- BANQUE ù /5

-

-

Ø

-

° CNEP- BANQUE

/

-1

° CNEP- BANQUE

-2

05

-

Ù -

10

-

10

06

-

° CNEP- BANQUE

Ù -3

-

°

-4

.....

°

CNEP- BANQUE

/

Ù -5

-

°

-6

.....

CNEP -BANQUE

-7

°

: BANQUE -CNEP

Ù -1

		-1
		-2
		-3
		-4

° /2

-

-

-

°

Ù /3

-

/

°

CNEP- BANQUE

/1

Ù	Ù			

°

/

Ù /2

/		

°

,

-

.....

° CNEP- BANQUE ù -3

° ù ù ù -4

- -
-4

°CNEP- BANQUE ù -1

	ù	

° ù -2

° ù -3

° ù , 03 ù CNEP- BANQUE -4

- -

° -5

.....

°CNEP-BANQUE -6

.....

.....

.

:

1

Ø -1

1

-2

70	50 P 36	35 21	20 Û

1

-3

:

-4

/Û	/	/	/

:

-5

:Ø

-6

()Û	()Û

:Ø

-7

1

-8
