

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Ecole Supérieure de Commerce d'Alger



Thèse

Présentée pour obtenir le diplôme de doctorat en sciences de gestion

Spécialité : Marketing

Thème :

Enjeux et perspectives de la bancassurance en Algérie

Réalisée par : M. GUENANE Brahim

Dirigée par : Dr ALI ZIANE Mohand Ouamar

Soutenue publiquement le 12 février 2014 devant un jury composé de :

Pr GLIZ Abdelkader, Professeur à l'ESC d'Alger ; Président

Pr CHIHA *Khemici*, Professeur à l'université d'Alger 3; Membre

Pr *SEDDIKI Malika*, Professeur à l'université d'Alger 3; Membre

Dr IHADDADENE Athman, Maître de conférences à l'ESC d'Alger ; Membre

Dr DAHIA Abdelhafid, Maître de conférences à l'ESC d'Alger ; Membre

Dr ALI ZIANE Mohand Ouamar, Maître de conférences à l'université de Bouira ; Rapporteur

Remerciements et dédicaces

Je tiens à remercier toute personne ayant contribué à la réalisation de ce travail de recherche notamment :

- Mon encadreur ; Dr Ali Ziane Mohand Ouamar.
- Les responsables des compagnies d'assurance et des banques de m'avoir accordé un peu de leurs temps pour répondre à mes questionnements (BNA, BEA, BADR, CAAR, CARDIF, CNEP-BANQUE, CIAR et MACIR).

A tous, je dédie ce travail, sans oublier mes parents, ma femme et mes frères et sœurs.

Résumé en langue française

La réforme du secteur des assurances en Algérie vise la promotion de la bancassurance pour mieux rentabiliser le réseau d'agences, et ce en distribuant des produits d'assurance par les guichets des banques et établissements financiers et assimilés.

La bancassurance envisagée par les pouvoirs publics vise à promouvoir l'activité d'assurance, dont le taux de pénétration demeure le plus faible de la région du Maghreb (moins de 1%), notamment en ce qui concerne les assurances de personnes.

Préparer l'environnement externe (légal et fiscal), ainsi que celui de l'entreprise (son organisation, son système d'information, la formation et la rémunération de la force de vente, mais aussi la qualité du service et le type de produits d'assurance commercialisés), constituent une condition nécessaire pour le développement de la bancassurance qu'elle que soit sa forme.

La promulgation de la loi 06-04 du 20 février 2006 modifiant et complétant l'ordonnance N° 95/07 du 25 /01/1995, a permis à plusieurs établissements financiers tant publics que privés (CNEP Banque, BNA, BDL, CPA, BADR, BNP Paris Bas ELDJazair...etc.) de conclure des contrats de partenariat avec des compagnies d'assurance (CAAR, CAAT, CARDIF, MACIR...etc.) afin de vendre des produits d'assurance sous différentes formes, chacun à sa stratégie.

Chacun des acteurs (banques, compagnies d'assurance, clients et tout l'environnement socioéconomique) trouvera son compte dans le développement de la bancassurance en Algérie.

Mots clés : Marketing, assurance, banque, bancassurance, distribution des produits d'assurance, finance, marketing des assurances, marketing bancaire.

Résumé en langue arabe

ملخص باللغة العربية

إن إصلاح قطاع التأمينات في الجزائر يهدف إلى ترقية التأمين المصرفي من أجل تحقيق مردودية أكبر من خلال توزيع منتوجات التأمين في شبائيك البنوك و المؤسسات المالية و المشابهة.

تشجيع التأمين المصرفي من طرف السلطات العامة في الجزائر يهدف كذلك إلى ترقية نشاط التأمين الذي يمثل أقل نسبة اقتحام في منطقة المغرب الكبير (أقل من 1 %)، خاصة فيما يخص التأمينات على الأشخاص.

إن تحضير المحيط الخارجي (القانوني و الضريبي)، و كذلك محيط المؤسسة (هيكلها التنظيمي، نظامها الإعلامي، التكوين، مكافأة البائعين، طرق البيع: المنتجات المسوقة) تشكل شرطاً أساسياً لترقية التأمين المصرفي في جميع أشكالها.

جاء قانون رقم 04/06 بتاريخ 20 فيفري 2006 المعدل و المتمم للأمر رقم 07/05 بتاريخ 25 جانفي 1995، ليرخص لعدة بنوك و مؤسسات مالية عمومية كانت أو خاصة (صندوق التوفير و الاحتياط، البنك الوطني الجزائري، بنك التنمية المحلية، القرض الشعبي الجزائري، بنك الفلاحة و التنمية الريفية، ب ن بي باري با- الجزائر...الخ) بإبرام عقود شراكة مع شركات التأمين (الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين، الشركة الجزائرية لتأمينات النقل، كارديف، ماصير...الخ) من أجل بيع منتوجات التأمين تحت أشكال مختلفة، كل حسب استراتيجيته.

كل متدخل (بنوك، شركات التأمين، الزبون و كذا المحيط الاجتماعي و الاقتصادي) يستفيد من تطور التأمين المصرفي في الجزائر.

الكلمات المفتاحية : التأمينات، التأمين المصرفي ، التسويق، توزيع منتوجات التأمين، شبائيك البنوك، التسويق البنكي، تسويق التأمينات، مالية.

Sommaire

Introduction

Premier chapitre : Le cadre conceptuel de la bancassurance

Section 01: Définition de la bancassurance et son évolution

Section 02: Rapprochement des deux activités

Section 03: Avantages tirés par les différents intervenants en bancassurance

Section 04: Les facteurs clés de succès de la bancassurance

Section 05: Difficultés et limites de la bancassurance

Deuxième chapitre : La bancassurance dans le monde

Section 01 : La bancassurance en Europe

Section 02 : La bancassurance en Asie

Section 03 : La bancassurance en Amérique

Section 04 : La bancassurance au Maroc

Section 05 : La bancassurance en Tunisie

Troisième chapitre : L'environnement bancaire et financier algérien

Section 01 : La formation et l'évolution du système bancaire algérien

Section 02 : Le paysage bancaire algérien

Section 03 : Evolution de l'activité des banques et établissements financiers en Algérie

Section 04: Les produits d'assurance pouvant être distribués par les banques

Section 05: Système bancaire algérien face aux défis contemporains

Quatrième chapitre : Etats et tendances de l'assurance algérienne

Section 01 : Historique de l'assurance en Algérie

Section 02 : Les acteurs du marché des assurances en Algérie

Section 03 : Les assurances de biens et de responsabilité en Algérie

Section 04 : Les assurances de personnes en Algérie

Section 05: Marché des assurances en Algérie

Cinquième chapitre : Analyse et perspectives de la bancassurance en Algérie

Section 01 : La réglementation régissant la bancassurance en Algérie

Section 02 : modèles et stratégies de développement de la bancassurance en Algérie

Section 03 : Evaluation de l'expérience de la bancassurance en Algérie

Section 04 : Les Enjeux de la bancassurance en Algérie

Section 05 : Les perspectives de la bancassurance en Algérie

Conclusion générale

Bibliographie

Table des matières

Annexes

Liste des tableaux

N°	Titre du tableau	page
01	Les modèles de bancassurance	22
02	Le secteur bancaire en chiffres	117
03	Evolution des crédits bancaires:2008-2010(En milliards de DA)	118
04	La rentabilité des banques : 2008-2010	118
05	Le rendement des actifs des banques : 2007- 2010	119
06	La marge bancaire : 2008 - 2010	120
07	Rapport masse monétaire/PIB	132
08	Consommation en PIB entre 2006-2010 : en pourcentage	132
09	Répartition des crédits à l'économie par secteur : 2007-2010(En milliards de DA)	133
10	Niveaux maximum de commissionnement par produit.	199
11	Réponses à la question N°01 du questionnaire destiné aux clients des banques	217
12	Réponses à la question N°02 du questionnaire destiné aux clients des banques	218
13	Réponses à la question N°03 du questionnaire destiné aux clients des banques	218
14	Réponses à la question N°04 du questionnaire destiné aux clients des banques	218
15	Réponses à la question N°05 du questionnaire destiné aux clients des banques	219
16	Réponses à la question N°06 du questionnaire destiné aux clients des banques	219
17	Réponses à la question N°07 du questionnaire destiné aux clients des banques	219
18	Réponses à la question N°08 du questionnaire destiné aux clients des banques	220
19	Réponses à la question N°09 du questionnaire destiné aux clients des banques	220
20	Réponses à la question N°10 du questionnaire destiné aux clients des banques	220
21	Réponses à la question N°11 du questionnaire destiné aux clients des banques	221
22	Réponses à la question N°12 du questionnaire destiné aux clients des banques	221
23	Réponses à la question N°01 du questionnaire destiné aux courtiers d'assurance	223
24	Réponses à la question N°02 du questionnaire destiné aux courtiers d'assurance	224
25	Réponses à la question N°03 du questionnaire destiné aux courtiers d'assurance	224
26	Réponses à la question N°04 du questionnaire destiné aux courtiers d'assurance	224
27	Réponses à la question N°05 du questionnaire destiné aux courtiers d'assurance	224

Liste des figures

N°	Titre de la figure	page
01	Evolution de la production 1997-2012	187
02	La production d'assurance par branche au 31/12/2012	188
03	Production des assurances dommages au 31/12/2012 selon l'origine des capitaux	189
04	Evolution 2008-2012 de la production d'assurance dommages selon l'origine des capitaux	190
05	Structure de la production en assurances de personnes par type de réseau au 31/12/2012	190
06	Les assurances de personnes 2002 - 2012	209
07	Production des assurances de personnes par réseau de distribution au 31 /12 /2012	210

Introduction

La concurrence de plus en plus rude qui caractérise l'environnement financier actuel, oblige les sociétés qui exercent dans ce domaine (banques sociétés d'assurance et établissements financiers) d'être plus compétitives. Cette recherche de la compétitivité passe, en toute évidence, par l'innovation et la diversification dans les activités.

Le partenariat entre les assureurs et les banquiers peut constituer un volet stratégique visant le développement des activités de banque et d'assurance.

La bancassurance peut être considérée comme un mode d'innovation qui permettra à la fois aux banques et aux compagnies d'assurance de faire face à cette nouvelle forme de concurrence. En effet les grandes surfaces de distribution, les grands magasins et même les spécialistes de la vente par correspondance commercialisent les produits bancaires et les produits d'assurance. ⁽¹⁾

La bancassurance peut être un instrument de développement et de promotion de l'assurance notamment dans les domaines où les réseaux de distribution dits classiques n'ont pas réussi.

La bancassurance peut être définie comme étant un métier mixte à la banque et à la société d'assurance, il consiste en la vente des produits d'assurance par la banque sous différents modèles ou bien la vente des produits bancaires par des sociétés d'assurance ; pour ce dernier, on est dans l'assurbanque ou encore l'assurfinance. ⁽²⁾

Etant donné que le marché algérien est néophyte en la matière de la bancassurance, nous nous intéresserons dans notre recherche uniquement au premier concept à savoir la distribution des produits d'assurance par les banques.

(1) Jean Pierre DETRIE et Autres « STRATEGOR » 2^e édition, inter-édicions, France 1993, P20.

(2) Les mots « assurfinance » ou « assurbanque » sont employés par les assureurs qui se lancent dans une activité de type bancaire. Il s'agit de services bancaires offerts par une filiale bancaire d'une compagnie d'assurance au bénéfice des assurés de la compagnie. L'intégration de deux organismes vise à fidéliser à la fois les assurés et les intermédiaires.

La bancassurance étant envisagée comme un mode de distribution (une variable du mix-marketing), c'est une approche marketing qui sera développée tout au long de notre démarche dans cette thèse.

Alors que la bancassurance est devenue une spécialité à part entière enseignée dans les grandes écoles de commerce des pays développés, elle reste peu ou méconnue de monde de la finance des pays en voie de développement.

En Algérie, les conclusions de quelques mémoires de graduation et de post – graduation que nous avons répertorié à travers les différentes universités et instituts du pays qui traitent de ce thème, et quelques séminaires organisés par l'Institut d'économie douanière et financière de Koléa, sont restées à la phase de constat, donc sans propositions concrètes en vue d'instaurer un modèle de bancassurance en Algérie. Aussi, nous ne trouvons point de publications scientifiques algériennes dans cette discipline.

Avant de formuler notre problématique, il est bien utile de signaler que la bancassurance puise son origine dans les pays européens dits latins (France, Italie, Espagne et Belgique...) et elle est mieux développée sur ces marchés depuis les années 70 que sur les marchés des pays anglo-saxon (États-Unis, Grande Bretagne...) et les pays d'Asie. ⁽¹⁾

En Algérie, l'application et la mise en place du concept bancassurance semble être une tâche difficile pour les raisons ci-après :

Il y a d'abord la spécialisation des banques et des sociétés d'assurance, qui est l'héritage de la gestion socialiste des sociétés, où chacune des institutions détient le monopole dans une branche d'activité autorisée par le législateur.

Néanmoins, depuis le début des années 90, les barrières commencent à se dissiper en faveur d'une déspecialisation. Dans ce sens, le législateur algérien vient d'autoriser les banques à distribuer les produits d'assurance, cette pratique est régie par l'article 53 de la loi 06-04 du 20 février 2006, modifiant et complétant l'ordonnance 95-07 relative aux assurances.

(1) Alain Borderie et Michel Lafitte « la bancassurance, stratégie et perspectives en France et en Europe » revue banque Edition, paris, France, 2004, pp48-59.

Elle est également réglementée par le décret exécutif N°7-153 du 22 mai 2007 fixant les modalités et conditions de distribution des produits d'assurance, et par l'arrêté N°60 du 6 août 2007 fixant les produits d'assurance autorisés à distribuer par les banques ainsi que le niveau maximum des commissions.

Aussi, nous observons une faible part des assurances de personnes pouvant contribuer efficacement au développement de la bancassurance.

Il y a également lieu de constater, la faiblesse des marchés monétaire et financier caractérisés par leur capacité de recycler l'épargne générée par les banques et les sociétés d'assurance.

Eu égard aux constats relevés ci-dessus, il est nécessaire que les banques cherchent à innover en matière de produits d'épargne individuelle et que les compagnies d'assurance développent l'assurance-crédit et assurance caution.

Dans cet état de fait, et à l'ère de la mondialisation caractérisée par le développement des services financiers et par l'innovation permanente, quels sont les enjeux et les perspectives de la bancassurance en Algérie ?

De cette problématique générale découlent plusieurs questions que nous transcrivons ci-après:

- Pourquoi la bancassurance s'est-elle développée dans certains pays et pourquoi pas dans d'autres ?
- Quels produits d'assurance distribuent avec succès les bancassureurs ?
- Quelles sont les perspectives de développement possibles de la bancassurance en Algérie et quelles seront ses limites ?

Afin de bien cerner notre étude et tentative de notre part de répondre à la problématique posée, nous émettons les hypothèses suivantes:

- Le banquier connaît les besoins de ses clients, mais aussi leurs disponibilités, ce qui lui permet de leurs proposer le bon produit au bon moment.
- Les réseaux des banques sont suffisamment formés et le personnel est rapidement convertible en conseillers en assurance.
- Les particuliers préfèrent de plus en plus un seul fournisseur en matière de produits bancaires et d'assurance.

- Les produits d'assurance, notamment les assurances vie, peuvent absorber efficacement la surliquidité des banques constituée d'épargne des ménages.

L'importance du sujet, ainsi que les réformes engagées ces dernières années visant la libéralisation du secteur financier et l'ouverture du marché algérien aux concurrents étrangers dans le domaine des assurances et de la banque, nous ont motivé à poser la problématique suscitée.

En effet, en règle de commercialité, mettre à la disposition du client une gamme complète de produits, lui offrant à la fois l'argent et la sécurité, cela contribuera à la création d'une fidélité profonde et d'une confiance solide entre les deux parties, ce qui contribuera à l'amélioration de la qualité de service.

L'augmentation des recettes de la société d'assurance provenant de l'utilisation de réseau bancaire renforcera à long terme la capacité d'investissement et pourquoi pas de souscrire au capital de la banque.

Cette augmentation de moyens s'avère bénéfique pour la banque et pour l'assureur afin de répondre au mieux aux règles prudentielles imposées par les autorités monétaires du pays.

Le savoir-faire de banquier dans le domaine de la finance servira de conseiller à l'assureur et vice versa.

La recherche d'une réduction des coûts (économies d'échelles) peut être réalisée par la bancassurance.

Dans les perspectives d'un marché unique maghrébin, l'alliance banque - assurance est un moyen d'optimisation de la gestion et permettra de faire face à la concurrence en offrant des gammes complètes à une clientèle très diversifiée.

Pour parvenir aux fins de notre recherche, une démarche méthodologique claire et cohérente s'impose à savoir :

- une revue de la littérature sur la bancassurance,
- une étude approfondie des marchés algériens de l'assurance et de la banque,
- une étude approfondie des marchés algériens de l'assurance et de la banque, confortée par une série d'entretiens semi-directifs réalisés avec un certain

nombre de responsables de bancassurance au niveau des banques et compagnies d'assurance.

- un sondage d'opinion auprès, à la fois des professionnels et des clients afin de comprendre la perception de la bancassurance,
- des stages pratiques sur les marchés qui ont déjà développé la bancassurance (France, pays de Maghreb) afin d'en tirer les leçons.

Une méthode descriptive et analytique sera retenue dans notre recherche. Elle consistera à décrire la bancassurance dans le monde et en Algérie et d'analyser les aspects déterminant son développement.

Compte tenu de la naissance récente de la bancassurance en Algérie, notre étude intéressera à la période d'après 2006, l'année de la promulgation de la loi permettant la distribution de l'assurance par les banques et établissements financiers et assimilés. ⁽¹⁾

Notre recherche sera divisée en 05 chapitres : dans le premier chapitre, nous définirons le cadre conceptuel de la bancassurance et développerons sa naissance et son évolution. Le deuxième sera consacré à la démystification de la bancassurance dans le monde enrichie par des exemples de pays qui ont développé la bancassurance. Quant au troisième chapitre, nous le réservons à l'analyse de l'environnement bancaire, son évolution notamment après la loi 90/10 relative à la monnaie et au crédit, modifiée et complétée. Dans le quatrième chapitre, nous tenterons de mettre en exergue les différentes réformes engagées dans le domaine des assurances pour arriver à l'apparition de la bancassurance en Algérie. Enfin le chapitre cinq portera sur l'analyse et les perspectives qui s'offre à la bancassurance en Algérie.

Il est clair que nous utiliserons la méthode descriptive afin de connaître la bancassurance dans le monde (en Europe, en Amérique, en Asie et dans les pays du Maghreb). Comme on fera appel à la méthode comparative pour positionner la bancassurance en Algérie. Et, nous analyserons les leçons dont peut bénéficier l'Algérie.

(1) En vertu de l'ordonnance n°03-11 du 26 août 2003 relative à monnaie et au crédit, notamment dans ses articles : 66, 67,68 et 71, les banques sont habilitées à effectuer à titre de profession habituelle toutes les opérations de banque comprenant la réception de fonds du public, les opérations de crédit ainsi que la mise à disposition de la clientèle des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci. cependant, les établissements financiers ne peuvent ni recevoir de fonds du public, ni gérer les moyens de paiement ou les mettre à la disposition de leur clientèle. Ils peuvent effectuer toutes les autres opérations.

Premier chapitre : Le cadre conceptuel de la bancassurance

La bancassurance, comme son nom l'indique, fait intervenir trois vocables: banque, assurance et bancassurance.

En premier lieu nous définissons, dans notre première section, la bancassurance et son évolution. Comme, nous évoquerons les objectifs de la bancassurance et les différents modèles permettant la réalisation de ces objectifs.

Nous passerons en suite à mettre en évidence les raisons de rapprochement des deux activités banque et assurances.

En troisième section, nous tenterons de mettre en valeur les avantages que peuvent tirer les différents intervenants en bancassurance.

La quatrième section, nous la consacrerons aux facteurs clés de succès de la bancassurance. Quant à la dernière section, nous la réserverons pour cerner les limites et les difficultés de développement de la bancassurance.

Section 01 : Définition de la bancassurance et son évolution

Le marketing des services financiers et d'assurance est spécifique⁽¹⁾ par le fait de la technicité des produits, la rapidité d'imitation par la concurrence, surtout pour les services périphériques. ⁽²⁾ C'est pour cela qu'il est impératif aux banques et compagnies d'assurance d'être toujours innovatrices et notamment en ce qui concerne l'innovation commerciale des produits (la forme de distribution, le réseau, l'accueil...etc.).

La bancassurance faisant partie de ces innovations. Afin de bien cerner ce nouveau concept, nous procédons par donner quelques définitions. Par la suite, nous évoquerons son évolution à travers le monde, tout en gardant à l'esprit que ce nouveau concept relève de l'innovation commerciale et répondant à une approche purement marketing.

(1) Selon Michel BADOUC dans son livre « marketing management pour les sociétés financières », les éditions d'organisation, France, 2005, pp10-14 : les spécificités du marketing pour les banques et société d'assurance se résument en les points suivants :

- L'importance primordiale de la distribution dans le marketing des banques et sociétés d'assurance.
- La difficulté de se différencier à long terme au niveau des produits.
- La nécessité d'investir dans une comptabilité analytique prenant en compte la rentabilité des clients.
- Le souci d'établir une étroite collaboration entre le marketing et la gestion du bilan. Ce souci est largement conditionné par l'effet rémanent des stocks sur les comptes d'exploitation dans ces deux professions.
- L'impératif de répondre aux attentes d'une clientèle fortement segmentée.
- L'évolution vers une approche globale des clients.

(2) Christiane DUMOULIN et Jean Pal FLIPO « Entreprise des services facteurs clés de réussite », les éditions d'organisation France1993, P 179.

1-1) Définitions

La bancassurance est un mot composé de « banc » venant de la banque et « assurance » venant de l'assurance. Ce faisant, nous proposons quelques définitions :

Pour Vered « la bancassurance est un néologisme d'origine française reçoit diverses acceptions, puisqu'il désigne les différents modes de rapprochement entre les établissements bancaires et les sociétés d'assurance. » ⁽¹⁾

Quant à Jean Pierre DANIEL, il la définit comme « la distribution de contrats d'assurance par les guichets de banques ou établissement financiers.» ⁽²⁾

Selon Nadege Genetay et Philip Molyneux : « la bancassurance peut être décrite comme stratégie adoptée par des banques ou des compagnies d'assurance visant à lancer les services financiers d'une façon moins intégrée. Dans la pratique, le terme bancassurance est uniformément employé pour décrire une nouvelle orientation stratégique d'institution financière dans une démarche commerciale-client. » ⁽³⁾

Pour Alain Borderie et Michel Laffitte : « la bancassurance serait plutôt un mode de distribution, original, de produits d'assurance par les réseaux de distribution des établissements bancaires. » ⁽⁴⁾

Enfin, pour Gilbert Sleiman « la bancassurance est la conséquence de la déréglementation du marché financier, l'innovation en matière de produits devient une des conditions de la clientèle en élargissant la gamme de produits et services présentés au public, l'un de ces nouveaux modes de conquête des marchés est la bancassurance. » ⁽⁵⁾

(1) Vered Keren « la bancassurance », que sais-je, 1^{ère} édition, presse universitaire de France, 1997, p3.

(2) Jean Pierre Daniel « la bancassurance : fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ? », édition de Verneuil, France, 1992.p13.

(3) Nadege Genetay et Philip Molyneux « bancassurance », Antony Rowe LTD, Chippenhans, Wilshire, Great Britain, 1998, p9.

(4) Alain Borderie et Michel Laffitte, op.cit, p 917.

(5) Gilbert Sleiman « les structures juridiques de bancassurance », thèse de doctorat en droit privé, FDSS/université de Poitiers, 2004.p9.

De la lecture des définitions précédentes, nous pouvons déduire ce qui suit :

La bancassurance est un terme apparu en France dans les années 70 pour définir la vente de produits d'assurance par l'intermédiaire d'un réseau bancaire, elle a commencé par vendre les produits d'assurance de personnes. Mais ce terme ne recouvre pas uniquement une spécificité de distribution, d'autres caractéristiques, d'ordre légal, fiscal, culturel et/ou comportemental doivent être intégrées au concept de bancassurance. C'est l'ensemble de ces caractéristiques qui peut expliquer les différences marquées de la bancassurance d'un pays à l'autre. Alors qu'elle domine très nettement sur certains marchés, représentant plus de deux tiers du chiffre d'affaires en assurance de personnes, d'autres marchés semblent ne pas l'avoir retenu comme modèle.

La bancassurance est un mode de rapprochement entre les banques et les sociétés d'assurance. Le rapprochement peut se traduire par différentes façons, par prise de participation réciproque, par intégration les unes dans les autres ou filialisation, par la création des structures communes ou juste par la distribution des produits d'assurance par les banques au profit des sociétés d'assurances.

La bancassurance est une orientation commerciale stratégique vise le client. En fait, cette stratégie vise à offrir au client une gamme de produits variée et composée en même temps de produits bancaires et d'assurance, afin de le fidéliser. Le choix stratégique de la banque projette cette dernière dans le long terme.

Les significations qui ont été attribuées à la bancassurance illustrent le fait de la prise de plusieurs formes suite au développement récent de cette dernière et aux améliorations convenues où, les lignes de délimitation entre l'assurance et les secteurs bancaires sont devenues brouillées. ⁽¹⁾ Cette innovation conférera à la banque un avantage concurrentiel lié à la stratégie de différenciation implicite mais valorisée par le marché.

(1) sylvestre gossou « la distribution de l'assurance par les banques : contribution à l'étude des assurances collectives », thèse de doctorat en droit privé, FDSS /Université de Potiers/France, 2005, p12.

1-2) Evolution de la bancassurance

La première activité de bancassurance est apparue en Belgique en 1865, mais sans porter ce nom à cette époque-là.⁽¹⁾ Le terme bancassurance a été employé, la première fois, en France dans les 1980.

Nous tenterons de citer ci-après les différentes expériences connues à travers le monde dans le domaine de la bancassurance,⁽²⁾ que nous détaillerons dans notre deuxième chapitre.

Dans les années 1970, les banques française ont dû faire face à un marché mur et très concurrentiel en matière bancaire.⁽³⁾ Profitant de la législation existante en matière d'assurance, elles ont trouvé en la distribution des produits d'assurance une nouvelle source de profit, qui, tout en diversifiant leur activité bancaire, optimisaient leur panoplie de produits et fidélisaient leurs clients.

Les premières expériences des banques françaises sont menées par le crédit mutuel crédit mutuel d'alsace et de lorraine et de franche-comté (1970), le Crédit Lyonnais et le groupe médical de France(1971), la création de la CARDIF(1976) qui commence à distribuer les contrats d'assurance.⁽⁴⁾

En Espagne, le groupe Banco Bilbao fait son entrée dès 1930 dans le secteur des assurances. Mais c'est bien après dans les années 80, qu'on a connu des alliances entre banques et groupes d'assurance européennes et internationales. Sur le marché espagnol, on a vite observé une accélération et une consolidation de la bancassurance profitant ainsi, d'un réseau bien implanté des caisses régionales d'épargne et de leur degré de rapprochement avec les clients.⁽⁵⁾

Les premières opérations de bancassurance en Belgique ont vu le jour à partir de 1989, où on a connu la création de la compagnie « Alpha Life » en partenariat entre le premier assureur belge AG et Générale de Banque.

(1) Patrice Michel LANGLAUME « la distribution des produits d'assurance par les banques et les établissements financiers », séminaire organisé par UAR/INSAG, jeudi 10février 2008, p1.

(2) Denis WALLERICH et autres « Bancassurance », la revue FOCUS, octobre 2005, pp2-3.

(3) Entretien avec la responsable régionale de la bancassurance à la BNP PARIS-BAS, limoges/France, 15 octobre2007.

(4) Jean-Pierre DANIEL « la bancassurance : fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ? », op.cit, p30.

(5) Denis WALLERICH et autres, op.cit, p2.

En 1990, une première fusion internationale a été créée entre AG et l'union de deux leaders néerlandais (l'importante compagnie d'assurance AMEVN.V et la banque VSB), pour donner naissance au groupe FORTIS.

D'autres pays européens à l'exemple de l'Allemagne et de l'Italie s'intéressèrent à la bancassurance beaucoup plus tard.

En effet, la croissance de la bancassurance italienne est rapidement observée, juste après la promulgation de la loi Amato de 1990, autorisant les banques à détenir des participations dans des compagnies d'assurance. Les avantages fiscaux appliqués aux produits d'assurance vie, l'intensité du réseau bancaire, bien réparti sur tout le territoire, et la confiance des italiens en leurs banquiers ont permis à la bancassurance de se décoller.⁽¹⁾

La bancassurance en Allemagne fait son apparition dans les années 90. Il y a eu la création des sociétés d'assurance par les banques coopératives, de nombreux partenariats ou actionnariats croisés ont été conclus entre banques et compagnies d'assurance.⁽²⁾

Au Portugal, la bancassurance enregistre la plus forte pénétration. Néanmoins, elle représente une faible part de marché des assurances vie, lui-même tarde à se développer.

Le secteur des assurances aux Pays-Bas est dominé par le réseau des courtiers. Néanmoins, la bancassurance a gagné des parts de marché importantes ces dernières années.⁽³⁾

Le marché britannique de l'assurance vie est détenu par les courtiers. Les salariés jouent, également un rôle important dans un marché amplement codifié. En raison de ces contraintes réglementaires, les banques n'ont pas réussi à pénétrer le marché des assurances et la bancassurance n'a pas eu le succès escompté.⁽⁴⁾

Sur les autres continents, Amérique et Asie, la bancassurance n'a pas connu le même niveau du développement comme en Europe.⁽⁵⁾

(1) Sara Fénelon et autres, op.cit, p2.

(2) IBID.

(3) IBID, p3.

(4) IBID, p2.

(5) Charlotte GEANDBASTIEN « bancassurance : to be or not to be client centric », banque stratégie N°251/septembre,2007, pp12-14.

Dans plusieurs pays d'Amérique latine (Argentine, Mexique, Chili et Brésil), des réformes des systèmes bancaires et financiers ont été engagées dans les années 90. Ces réformes ont buté sur la libéralisation des services financiers et la dérèglementation financière. Cette ouverture a permis aux banques de proposer des produits d'assurance à leurs guichets. Aujourd'hui, la bancassurance est bien représentée dans tous les pays de l'Amérique latine.

Les pays d'Asie, eux également, ont été touchés par la dérèglementation permettant une diversification des modes de distribution des assurances.

Pour se lancer dans la bancassurance, les banques et les compagnies d'assurance thaïlandaises ont réalisé plusieurs associations afin d'accroître leurs parts de marché en matière de produits d'assurance.

A partir des années 90, les autorités Japonaises commencent à déréguler progressivement le secteur financier, autorisant ainsi les banques à distribuer les produits d'assurance, principalement les assurances crédit et les rentes viagères. Dans les années 2000, une déflation récurrente avait encouragé la croissance de la bancassurance.

Quant à la Corée du Sud, la bancassurance est autorisée à partir de 2003, suite à des réformes engagées en vue d'une dérégulation du secteur financier. Pendant ces dernières années, on a assisté à une transformation de la structure d'un marché des assurances, à l'origine très concentré. En effet, plusieurs partenariats, sous formes de joint-ventures, avec des acteurs étrangers ont été conclus.

L'environnement politico – économique des pays maghrébins est différent à comparer à ce qui se passe dans les pays développés. Au Maroc, en Tunisie ou en Algérie, la bancassurance n'a pas connue la même évolution.⁽¹⁾

Au Maroc les banques commerciales commencent à s'intéresser à la clientèle particulière, en raison de la concurrence de plus en plus vive que connaît le secteur, une convention a été signée entre le secteur bancaire et le secteur des assurances permettant à la banque d'offrir les mêmes produits que ceux distribués par les assurances mais à des conditions avantageuses négociant une tranche annuelle de clients que la banque s'engage à garantir au profit de la compagnie d'assurance.

(1) Mouloud ABANE « l'ère de la globalisation des services », revue algérienne des assurances, N°02, pp24-25.

Pour la Tunisie, il semble que les assurances sont loin d'avoir le qualificatif de relation bancassurance, car il s'agit d'une simple prise de participation dans le capital des compagnies d'assurance. Cependant cette prise de participation peut être considérée comme une étape préliminaire qui précède le concept de la bancassurance. ⁽¹⁾

En Algérie, l'application et la mise en place du concept bancassurance semble être une tâche difficile. En effet, sa mise en évidence n'était possible qu'après la promulgation de la loi 06-04 du 20 février 2006 modifiant et complétant l'ordonnance 95-07 relative aux assurances.

Les pays qui ont développé suffisamment la bancassurance comme la France et la Belgique, passent à une étape avancée d'intégration où les bancassureurs se regroupent en conglomerats financiers, à l'exemple du Crédit Agricole et du Crédit Lyonnais en France. Aussi, ils cherchent à s'implanter dans les pays où la bancassurance vient de prendre le chemin. ⁽²⁾ Cela étant, il est difficile de s'implanter dans les pays étrangers pour des raisons liées à la réglementation et au comportement du consommateur.

En effet pour une implantation réussie, le candidat doit s'adapter à la réglementation en vigueur et aux habitudes et comportements des clients, il devra également adapter ses outils de management à la réalité locale.

Une combinaison de plusieurs facteurs font que la bancassurance s'intègre ou non à savoir: la législation, les habitudes des clients, l'importance de réseau bancaire et/ou assurantiel.

1-3) Les objectifs de la bancassurance

Les deux institutions fonctionnent selon des modalités différentes, qui peuvent se révéler complémentaires, d'où l'intérêt de leur rapprochement. Celui-ci peut se réaliser par des prises de participations dans les entreprises de l'autre secteur, ou même par intégration totale (filialisation). Ainsi se créent des conglomerats financiers, composés de banques et de compagnies d'assurance. ⁽³⁾

La bancassurance a deux catégories d'objectifs : la première catégorie est recherchée au début quand la banque se lance dans la distribution des produits d'assurance (objectifs commerciaux). Tandis que la deuxième catégorie intervient au stade de maturation (objectifs structurels).

(1) Moncef Felli « Bancassurance ! Sommes-nous sur le bon chemin », séminaire organisé par l'ESB 15 et 16 Mars 2003, p3.

(2) Dhafer SAÏDANE « les deux modèles de la bancassurance », la revue : l'expansion, samedi 7juin2007. P07.

(3) VERED KEREN, op.cit, pp3-7.

1-3-1) Objectifs commerciaux

Pour s'implanter dans un marché différent du marché d'origine, la première phase se concrétise par des accords commerciaux en offrant à la clientèle des banques et des sociétés d'assurance une gamme étendue des produits. Les produits d'assurance vie en est un exemple illustrant qui trouve son origine dans les années 80 en Europe où plusieurs banques ont passé des accords avec des sociétés d'assurance en vue de commercialiser ces produits avant de créer leurs propres filiales.

Quant à l'assurance dommages, plusieurs banques, la considère comme étant éloignée du métier de la banque, elles se contentaient de distribuer les produits des partenaires dans le souci d'offrir une gamme complète à la clientèle.

On peut constater que les accords commerciaux concernent aussi la vente de produits bancaires par les sociétés d'assurance. Mais son développement est limité pour différentes raisons à savoir :

- La difficulté pour le réseau de distribution des assurances de commercialiser les produits bancaire.
- Les banques se sont souvent montré réticentes à confier la distribution de leurs produits à des intermédiaires qu'elles estiment peu aptes à sélectionner leurs risques en matière d'opération de crédit.

Dans une deuxième phase, les accords commerciaux peuvent être complétés par des prises de participation.

Nous retrouvons les trois stratégies suivantes : ⁽¹⁾

1-3-1-1) Stratégie de participation et de distribution croisées

C'est une stratégie d'entrée mutuelle des deux sociétés dans leurs marchés respectifs. La participation minoritaire et croisée ainsi que l'échange des administrateurs dans les conseils d'administration respectifs sont utilisés pour renforcer la coopération entre les deux partenaires. Chaque société reste, en revanche, libre dans sa stratégie et sa gestion. Cette stratégie ne semble être préférée, pour le moment que par les grandes institutions financières.

(1) C. Châtier et Kastler « perspectives de la bancassurance », Banque et stratégie N°129, juillet 1996, p18.

1-3-1-2) Stratégie de coopération dans la distribution

Il s'agit principalement d'une stratégie commerciale, son objectif final est la rentabilisation du réseau de distribution des produits financiers d'un des deux partenaires avec l'accès à une plus large clientèle pour le second. Parmi les avantages dont bénéficient les acteurs qui se limitent à l'activité d'intermédiation se trouvent le respect de leur indépendance. Par ailleurs, l'accord de coopération permet de drainer des ressources régulières en échange d'investissements limités, tandis que la création d'une société d'assurance immobilise des capitaux importants.

1-3-1-3) La prise de participation minoritaire

C'est un moyen pour stabiliser la relation commerciale entre les deux institutions, elle peut être croisée ou non. Elle permet d'élaborer, dans certains cas, une stratégie de commercialisation commune en installant leur relation dans la durée.

On peut observer que la prise de participation des compagnies d'assurance dans les banques est plus fréquente que celle des banques dans les compagnies d'assurance. Ce type de rapprochement est une transition avant de passer à une intégration plus forte des deux métiers.

1-3-2) Objectifs structurels

Nous pouvons distinguer six stratégies : ⁽¹⁾

1-3-2-1) La création ou acquisition d'une nouvelle filiale

De nombreuses banques européennes ont créé, au cours de ces dernières années des filiales spécialisées en bancassurance. En revanche, la création de filiales bancaires par les compagnies d'assurances est beaucoup moins fréquente en Europe, ces dernières préfèrent acheter des banques existantes.

1-3-2-2) La création d'une entreprise commune

Cette stratégie constitue également un bon moyen d'internationalisation des banques et des assurances par la création de filiales communes dans les pays étrangers.

(1) C. chatier et Kastler, op.cit, p20.

1-3-2-3) La création d'un holding commun

La création d'un holding commun tout en gardant une structure juridique séparée.

1-3-2-4) Stratégie d'entrée par acquisition majoritaire

Elle suppose la prise de contrôle d'une entreprise déjà existante. L'absorption et l'intégration totale de cette entreprise n'est pas nécessaire. Cette stratégie est peu prisée par les banques. Par contre, cette stratégie est la préférence des sociétés d'assurance et ce pour plusieurs raisons :

- Les sociétés d'assurance possèdent de très importants capitaux à long terme.
- En tant qu'investisseurs institutionnels, elles ont un savoir-faire dans la gestion des portefeuilles et dans le marché des actions.
- le rachat d'une banque leur permet également de contourner les différentes barrières à l'entrée dans le marché bancaire et de bénéficier du vaste réseau d'agence d'une banque.

1-3-2-5) Stratégie de fusion - absorption volontaire

Elle se différencie de la précédente par le fait que la fusion est décidée d'un commun accord par les deux parties et prévoit à long terme la constitution d'une entreprise de bancassurance unique.

1-3-2-6) Le conglomérat financier

Un conglomérat financier se réfère à tout groupe de sociétés ayant un actionariat commun et dont les activités exclusives ou prédominantes consistent à fournir des services significatifs dans, au moins, deux secteurs financiers différents.

1-4) Les modèles de la bancassurance

Les choix stratégiques évoqués supra peuvent se traduire par trois options ou modèles : ⁽¹⁾

- L'option de prise de participation croisée et minoritaire ou accords de distributions.

(1) Mouloud ABANE, op.cit, PP 24-25

- L'option de coopération étroite et prise de contrôle ou joint-venture.
- L'option de chacun pour soi ou intégration complète.

A propos de la première option, deux raisons essentielles peuvent motiver l'alliance :

Il y a d'abord l'aspect financier et l'effet de taille avec pour objectif le renforcement de leur assise financière, vis-à-vis de leurs concurrents à l'échelle nationale et internationale.

Ensuite, l'effet de synergie que pourrait créer ce rapprochement, permettant d'élargir les parts de marché des deux entités. Ce rapprochement vise également à renforcer la compétitivité de réseau en offrant à la clientèle une gamme complète de produits.

L'option de coopération étroite et prise de contrôle (Joint-venture) permettra à la fois d'augmenter les parts de marché des partenaires tout en gardant le contrôle de l'activité (ne pas créer une concurrence supplémentaire).

L'option de chacun pour soi (intégration complète) consiste en la création de filiales avec des objectifs multiples :

- Fixer des objectifs cohérents pour le banquier grâce à des recoupements d'intérêt en mettant au point des produits qui peuvent être commercialisés conjointement.
- Privilégier l'approche globale du client pour pouvoir le fidéliser.
- Permettre une unicité de réseau de distribution ce qui réduira sans nul doute les frais de gestion, confortera l'approche globale du client et n'induera en aucun cas des conflits d'intérêts entre les deux partenaires.

Chaque modèle présente des avantages et des inconvénients et par conséquent peut réussir dans un pays et échouer dans un autre. Nous présentons ci-dessous les avantages et les inconvénients de chaque modèle ainsi que les pays où ils sont adoptés:

Nous pouvons résumer les avantages et les inconvénients des différents modèles de bancassurance dans le tableau suivant :

Tableau N°1: les modèles de bancassurance

Modèle	Description	Avantages	Inconvénients	Pays où le modèle est couramment répondu
Accord de distribution	Banque joue un rôle d'intermédiaire pour la compagnie d'assurance	- Début rapide des opérations. - Pas d'investissements en capital	- Manque de flexibilité pour le lancement de nouveaux produits. - possibilité de divergences dans les cultures des entreprises	Etats-Unis, Allemagne, Grande Bretagne, Japon et Corée de sud.
Joint-venture	Banque s'associe à une ou plusieurs compagnies d'assurance	Transfert de savoir-faire.	Gestion difficile sur le long terme.	Italie, Espagne, Portugal et Corée de sud.
Intégration complète	Création d'une filiale	Culture d'entreprise maintenue	Investissement élevé	France, Espagne, Belgique et Grande Bretagne.

Source : Denis WALLERICH et autres, op.cit, p5

Dans la pratique, nous retrouvons deux modèles qui dominent les partenariats banques- compagnies d'assurance.⁽¹⁾

Le premier, repose sur la filialisation, il est fréquent en France, Belgique, Espagne et en grande Bretagne. Dans ce modèle, les banques distribuent les produits d'assurance sous la marque de compagnie d'assurance. Les équipes commerciales sont distinctes, tandis que les autres fonctions telles que: l'informatique, la comptabilité, la planification, le contrôle, l'audit, les ressources humaines et la communication demeurent communes.

Le second, est celui de l'accord de commercialisation, que l'on rencontre aux états unis, en Allemagne, au Japon et en Corée du sud. Il est bien moins coûteux, notamment pour la banque qui n'intervient qu'à titre de simple distributeur, elle n'as pas besoin d'investissement supplémentaire pour commercialiser des produits d'assurance au profit de son partenaire assureur.

(1) Dhafer SAIDANE, opcit, p13.

Section 02 : Rapprochement des deux activités

La théorie économique qui suggère que la structure du marché dans une industrie est façonnée sous l'influence de deux facteurs:

- l'état de la technologie dans l'industrie qui détermine l'existence des économies de production.
- La nature du marché du produit, déterminée par le degré de différenciation du produit et de l'élasticité de la demande.

Concernant l'industrie financière, cette théorie et les similitudes existantes entre la banque et l'assurance, nous amènent à analyser trois éléments essentiels : sensibilité complémentaire aux taux d'intérêt, l'économie d'échelle et de gamme et le partage d'un marché commun.

En effet, les banques et les compagnies d'assurance sont confrontées ces dernières années aux phénomènes de la désintermédiation, l'évolution technologique, création des compagnies de réassurance par les entreprises, ces phénomènes ont engendré une baisse d'activité bancaire et d'assurance.

La chose qui a poussé les banques et les compagnies d'assurance à créer de nouveaux produits et à vendre les produits de l'autre secteur. Les banques s'intéressaient aux produits d'assurance de personnes, mais aussi dommages, les compagnies d'assurance ont cherché à innover en matière des produits financiers, chaque institution complète ainsi la panoplie offerte à ses clients. ⁽¹⁾

Par ce rapprochement, les intervenants attendent de réaliser ce qui suit :

- La recherche de la productivité par l'optimisation de la structure existante et par le développement des offres aux clients. ⁽²⁾
- Choisir entre se limiter à la seule distribution des produits, ou bien franchir un pas bien plus important, lorsque l'institution désire contrôler l'autre secteur, elle peut opter pour un développement interne en créant une nouvelle société, ou bien en acquérant une société existante. ⁽³⁾

(1) VERED KEREN, op.cit., p79

(2) IBID, p 81.

(3) IBID, p88

2-1) Les similitudes et les différences entre la banque et l'assurance

La banque et l'assurance se diffèrent mais aussi se ressemblent.

2-1-1) Les différences

Les banques ont traditionnellement eu le monopole sur les moyens de paiement, tandis que les compagnies d'assurance ont exercé un monopole sur des produits liés à une éventualité (probabilité). ⁽¹⁾ Donc, une distinction importante entre les affaires des opérations bancaires et d'assurance et que ce dernier dépend plus directement des éventualités d'événement de réclamation, que ce soit l'assurance en général ou l'assurance vie en particulier. Cette réclamation liée directement à la survenance du sinistre et elle est indépendante de quiconque commande.

Dans le cas de l'assurance vie, l'événement (la mort) est sûr mais pas la période du décès qui ne coïncide rarement avec les prévisions de l'assuré. Par contre les opérations de banque sont généralement définies et connues par les deux contractants à savoir le banquier et son client.

Une distinction importante entre les opérations bancaires et celles des assurances a été faite dans la littérature est que les opérations bancaires sont généralement orientées plus à court terme. Par contre les opérations d'assurance concernent le long terme.

Les deux entreprises ont différentes spécialités: les compagnies d'assurance sont dans les affaires de manipuler le risque. Tandis que la principale fonction des banques est le contrôle et gestion des fonds. ⁽²⁾

2-1-2) Les similitudes

L'assurance et la banque ont une activité en commun (l'industrie des services financiers).

En effet, la banque prend d'avantage de l'économie d'échelle dans la gestion de portefeuille et qui découle du principe du grand nombre (la prime d'assurance pour la banque se reflète dans les charges financières et la différence dans les taux sur les crédits et les dépôts). ⁽³⁾

(1) Nadege Genetay and Philip Molyneux, op cit, P5.

(2) Gilbert Sleiman, op cit, PP9-11.

(3) Gumbel EH « banks and insurance in the question for new relationships, unpublished hyperscript of a paper read to the university of karlsruhe, 1991, IN: Gilbert Sleiman, OPCIT, P6.

Les compagnies d'assurance entreprennent quelques formes de gestion des fonds (investissement des réserves techniques).

Les banques et les compagnies d'assurance fonctionnent, toutes les deux, avec des réserves, et se reposent sur le principe du grand nombre, utilisent l'économie d'échelle, et possèdent une expertise dans la gestion de l'argent. Elles créent une liquidité et assurent la fonction de répartition du risque à travers la réassurance pour les assureurs et le réescompte pour les banques. ⁽¹⁾

Une autre similitude entre les opérations bancaires et d'assurance est le fait qu'elles se relient souvent aux mêmes acheteurs, et elles se complètent. ⁽²⁾ Si les banques exigent de leurs emprunteurs à s'assurer contre de divers risques, y compris la mort, le chômage et des dégâts matériels, elles fournissent, par cette exigence des produits d'assurance.

2-2) Les interférences entre les banques et les assurances

Dans le cadre de l'intermédiation financière exercée par le banquier et l'assureur, des interférences peuvent surgir. On peut relever les interférences suivantes: ⁽³⁾

- la relation d'offre de produits financiers.
- La relation d'agence qui s'érige entre les deux types d'intermédiaires.

2-2-1) La relation d'offre de produits financiers

Dans l'exercice de leurs fonctions, les compagnies d'assurance offrent aux banques un certain nombre de services tels que : assurance responsabilité civile, assurance vie aux personnels de la banque...etc. Dans le même temps, les banques offrent de larges services aux assureurs comme la gestion de la trésorerie, les placements, les participations, le change, la gestion financière...etc.

(1) IBID, p97.

(2) Nadege Genetay and Philip Molyneux, OPCIT, P7.

(3) Moncef felli , op.cit, pp4-23.

Avec les nouvelles exigences de performance et de compétitivité dans un marché caractérisé par une concurrence agressive, d'une part, et d'autre part l'élargissement de la demande des services financiers, il serait plus profitable aux banques de développer leur propre système de couverture en assurance, notamment pour certaines branches. Et aux compagnies d'assurance, notamment les grandes, d'établir leurs propres départements de trésorerie et de gestion de portefeuilles.

Il y a lieu de signaler, qu'il existe un certain nombre de produits ou combinaison de produits financiers que l'on peut considérer comme hybrides (commun entre banque et assurance) ; on peut citer à titre d'exemple :

- financement d'achat d'automobile et l'assurance auto.
- Le crédit immobilier et l'assurance incendie.
- Financement d'investissement et assurance perte d'exploitation ou risque management.
- Leasing et assurance bris de machines.
- Financement des opérations commerciales et assurance-crédit.

La performance de cette relation d'offre des services financiers dépendra de l'asymétrie d'information établie entre le banquier et son client d'une part, et d'autre part entre le banquier et l'assureur.

En fait, dans l'interférence d'intermédiation financière, le transfert du risque d'un intermédiaire à un autre suscite des informations complémentaires.

Le brassage des deux activités, fait qu'il y a un ensemble de rôles joués de part et d'autre. De la part des assurances, elles offrent un support de risque crédit, de risque de taux et de risque de liquidité, Tandis que les banques fournissent un support de risque financier, de placement et de participation à travers le marché de capitaux.

2-2-2) La relation d'agence

Dans sa relation d'agence, la banque se présente comme un véritable concurrent vis-à-vis des intermédiaires traditionnels (courtiers et agents généraux). Mais, avec un avantage comparatif de taille, car elle dispose d'une grande capacité d'analyse et d'information, une organisation meilleure, un pouvoir financier sans comparaison et une clientèle importante variée et bien

répertoriée selon des données économiques et financières et par classes de risques.

2-3) Complémentarités du cycle financier

Le cycle financier des assurances est, généralement, plus long que celui de la banque d'où la complémentarité de ces deux secteurs d'activité.

Les constituants des deux métiers étant le temps et l'argent et dans chaque exploitation il existe une phase où les charges pèsent lourd, et une autre où les bénéfices apparaissent. Dans les deux secteurs, ces périodes sont complémentaires. ⁽¹⁾

Nous allons tenter d'expliquer cette complémentarité à travers deux points qui sont : le rapport différent au temps et l'inversion du cycle d'exploitation.

2-3-1) Rapport différent au temps

Les ressources bancaires sont composées essentiellement de dépôts à vue (ressources à court terme). Par contre les ressources des compagnies d'assurance sont à long terme (provisions techniques et notamment les provisions mathématiques quand il s'agit des assurances vie). ⁽²⁾

De ce fait, la banque et l'assureur adoptent une approche différente du facteur temps.

En effet, l'assureur cherche généralement, les contrats à long terme afin de prendre plus de bénéfices. Tandis que la banque, préfère les contrats de courte durée dans le but de minimiser les coûts.

Cette différence d'approches, nous mène à supposer que les résultats de la banque vont s'accroître immédiatement, alors que ceux des assurances vont se dégrader. On observera l'inverse à long et à moyen terme, où les résultats des banques vont diminuer. Tandis que ceux des assurances augmenteront, d'où la complémentarité entre les deux institutions.

(1) Vered Keren, op.cit. pp7-9.

(2) IBID, pp11-14.

2-3-2) Inversion du cycle d'exploitation

Le cycle d'exploitation des assurances est inversé, par le fait que les assurances encaissent la prime avant de décaisser la prestation (indemnisation). Tandis que, la banque a un cycle d'exploitation normal.

Cette différence dans les cycles entraîne une différence dans la gestion monétaire du bilan. ⁽¹⁾ Nous constaterons que les assurances constituent en premier son passif (provision), puis elles procèdent à la gestion de l'actif (placements). Alors que les banques constituent leurs passif et actif en parallèle, d'où la complémentarité des deux secteurs.

Dans ce cadre et vu les décalages du cycle d'exploitation du banquier sur celui de l'assureur, ce dernier peut aider le banquier à se refinancer. Aussi, le banquier peut soutenir le développement du chiffre d'affaire des assurances, en diffusant des produits de celles-ci, grâce à son réseau de distribution.

2-4) Sensibilité complémentaire aux taux d'intérêt

Les deux périodes d'inflation et de désinflation produisent des effets opposés auprès des deux institutions (banques et assurances), ainsi se complètent-elles. ⁽²⁾ car, globalement, la période de l'inflation est favorable pour l'activité bancaire, alors que la période de désinflation est bénéfique à l'assurance notamment à l'assurance vie.

En période de l'inflation : la souscription des contrats d'assurance en général et ceux d'assurance vie en particulier sont en régression, ainsi que l'écart entre le calcul théorique et le prix réel risque d'être important. Cependant, cette période est favorable pour la banque, notamment dans l'octroi des crédits à long terme.

La période de désinflation est propice à l'assureur notamment en assurance vie. Les souscripteurs conservent leurs contrats plus longtemps, et ce pour maintenir les taux captifs et donc à leurs avantages. Contrairement à la banque, notamment quand elle octroi des crédits aux taux variables, et elle se refinance aux taux fixes.

(1) Vered Keren, opcit, p 17.

(2) IBID, op.cit, p20.

2-5) L'économie d'échelle et l'économie de gamme

2-5-1) L'économie d'échelle

Les économies d'échelle sont définies comme "une diminution du coût moyen suite à une augmentation de la production marginale, que ce soit pour un bien tangible ou intangible". ⁽¹⁾

Concernant la banque et l'assurance, vu la spécificité des deux activités caractérisées par des actifs contingents (probables) pour la banque, et par le cycle inversé de production pour l'assurance. Cette spécificité engendre des difficultés dans la définition du rendement et la détermination des frais des intermédiaires financiers, fait que cette théorie de l'économie d'échelle reste toujours controversée. ⁽²⁾ cependant, cette théorie reste valable dans la mesure où la banque, lors de vente d'un produit d'assurance, elle aurait fait supporter les charges fixes au produit d'origine. Ainsi, donc le coût marginal ne concerne que la partie variable.

2-5-2) L'économie de gamme

Il s'agit d'une réduction des coûts obtenue par la production conjointe de plusieurs biens plutôt que de les produire séparément. Il est plus économique d'exercer un même service au profit des clients A et B simultanément que de mettre en place un tel service une fois au profit de A et une autre fois au profit de B. Dans ces économies de gamme rentrent en ligne de compte un grand nombre de facteurs, mais l'élément essentiel est la présence de facteurs de production communs et / ou complémentaires au niveau du système de production.

Dans le domaine des finances, cette expression est utilisée lorsqu'un intermédiaire financier offre une gamme de prestations financières à un prix plus avantageux que celui en provenance de plusieurs offreurs spécialisés qui ne proposent qu'une prestation déterminée. ⁽³⁾

(1) VETTORI. G "Les économies d'échelle: du concept à l'application, le secteur bancaire suisse", Cahiers de recherche HEC Genève N°2000.21, 2000.

(2) Moncef felli, op.cit , p10.

(3) Moncef felli, op.cit, p11.

En effet, des avantages apparaissent lors : ⁽¹⁾

- en attachant les primes d'assurances aux échéances de remboursement des prêts accordés à la même clientèle.
- de l'utilisation des canaux de distribution existants pour écouler des produits ou des services complémentaires. Cette stratégie permettra à l'assureur de réduire les coûts unitaires et les frais des commissions, et à la banque de réduire les dépenses.
- La diminution des frais de réajustement de valeurs due à une meilleure répartition des risques, réalisée par la diversification, résultant d'un élargissement de la gamme des produits. Cette diversification aidera l'intermédiaire financier à réduire la moyenne de ses coûts et une utilisation optimale des moyens de production tels que l'informatique et le traitement des données.

En fin, les économies de gamme peuvent provenir de l'utilisation conjointe des actifs intangibles, tels que les activités de recherche et développement.

2-6) Partage d'un même marché

Eu égard aux conditions de marché dans lequel évoluent les sociétés d'assurance et les banques, caractérisé par une inélasticité relative du prix de l'assurance, ⁽²⁾ et une quasi absence de substitutions entre les produits d'assurance comparé à ceux de la banque.

Ces caractéristiques de marché, conjugués à l'existence de l'économie de gamme, font que les banques optent pour la réduction des coûts en faveur de l'assuré, sous forme de réduction de primes. Dans ce cas de figure, si la compagnie d'assurance peut, sans coûts, changer l'offre de services entre les agents traditionnels et les banques, la réponse optimale peut être bien un changement de l'offre des agents vers les banques. ⁽³⁾ À travers cette démarche, la part de marché des agents traditionnels se réduira au profit des banques qui partageront donc, de plus en plus, ce marché avec les assureurs.

(1) Moncef felli, op.cit, p11.

(2) IBID, p13.

(3) IBID, p11.

Section 03: Avantages tirés par les différents intervenants en bancassurance

Les différents acteurs de la bancassurance adoptent des politiques différentes, en choisissant les produits à vendre, les méthodes à utiliser ainsi que les moyens à mettre en place. Ces politiques doivent contribuer à inscrire dans la durée la satisfaction de la clientèle. ⁽¹⁾

Pour parler de la réussite d'un modèle de bancassurance, il faut que tous les acteurs intervenants (banque, compagnie d'assurance, le consommateur et tout l'environnement socio-économique) en tirent profits. Le choix du modèle se fera en fonction des possibilités offertes par la réglementation de chaque pays.

Nous résumons ci-dessous les avantages tirés par chaque intervenant. ⁽²⁾

3-1) Les avantages pour l'assureur

La bancassurance permet à la compagnie d'assurance de:

- atteindre des clients jusqu'ici difficile d'accès,
- varier les modes de distribution afin de limiter les risques,
- bénéficier de la bonne image que l'on témoigne généralement aux banques,
- s'implanter rapidement sur un marché nouveau,
- réduire le coût de distribution, puisque le réseau bancaire est mieux exploité et bénéficier d'économie de coût donc de proposer des produits à des prix compétitifs.
- à suivre l'exemple des banques. D'où l'apparition du concept assurfinance en Allemagne(Allfinanz) puis en France. ⁽³⁾

En effet, l'assurfinance se rapporte à l'activité nouvelle des compagnies d'assurance, qui outre leur activité traditionnelle d'assurance, ont été amenées à développer une activité touchant au domaine de la banque et de la finance.

(1) Jean-Pierre Daniel « les enjeux de la bancassurance », édition de Verneuil, Paris, 1994, p9.

(2) Denis WALLERICH et autres, op.cit, p6.

(3) Jean-Pierre Daniel « les enjeux de la bancassurance », op.cit, p141.

Pour ce faire les compagnies d'assurance offrent, directement ou indirectement, en leur nom propre ou pour le compte de tiers, en recourant à des intermédiaires financiers secondaires, des produits d'assurfinance visant à atteindre des objectifs financiers également attractifs sur le plan fiscal et qui dépassent par leur objet et leurs finalité, l'activité d'assurance traditionnelle laquelle s'exerce dans le sens de l'indemnisation d'un sinistre. ⁽¹⁾

L'assurfinance permet à la compagnie d'assurance d'élargir sa gamme de produit, on trouve, entre autres : des produits d'épargne (exemple de carnet d'épargne), des produits d'investissement (exemple de bons de caisse, actions, obligations, parts d'organismes de placement collectifs), ⁽²⁾ crédits à la consommation, placement à court terme, opcv...etc. ⁽³⁾

3-2) Les avantages pour la banque

La bancassurance envisagée d'une manière globale et considérée comme une nouvelle forme de distribution qui permettra à la banque de :

- optimiser des ressources humaines, le fait d'élargir la gamme d'activité d'un réseau dont les objectifs deviennent constants, ne peut qu'accroître sa rentabilité et d'éviter les licenciements. ⁽⁴⁾
- avoir plus d'attractivité à travers la gamme diversifiée et complète de produits et donc plus de satisfaction et de fidélisation de ses clients. La bancassurance est la seule expérience réussie de diversification pour les banques, dans les années 70, le Crédit Mutuel Français tentait de créer une agence de voyage mais n'avait pas réussi. ⁽⁵⁾
- réduire le coût de distribution, du fait d'utiliser le même réseau pour distribuer tous les produits.
- Renforcer sa position concurrentielle, avoir sa propre filiale, la banque capte l'argent de ses clients au lieu qu'ils partent à d'autres concurrents. ⁽⁶⁾

(1) Jean-François ROMAIN « la bancassurfinance et les statuts des intermédiaires financiers primaires et secondaires » IN « bancassurfinance, actes du colloque du 3 juin 1999 organisé par l'association européenne pour le droit bancaire et financier-Belgium(AEDBF), p186.

(2) IBID, op.cit, p186.

(3) Jean-Pierre DANIEL « les enjeux de la bancassurance », op.cit., p142.

(4) Jean-Pierre DANIEL « les enjeux de la bancassurance », op.cit., p142.

(5) IBID, p129.

(6) IBID, p133.

- crée un nouveau flux de revenu, notamment après la désintermédiation connue depuis les années 90.

Les banques, désormais universelles, offrent une large gamme de produits à un éventail plus vaste de clients. Elles exploitent des synergies financières et génèrent des économies d'envergure. Elles distribuent, via le multicanal, des produits d'épargne, de prévoyance et d'assurance dommages à un coût moyen de distribution décroissant, comparé à celui des circuits traditionnels. Ces économies résultent d'une forte intégration des systèmes d'information.

La bancassurance est une opportunité pour la banque universelle. En effet, offrir tous les produits et tous les services financiers (dépôts, assurance, ingénierie financière, services de banque d'affaires et de gestion de patrimoine...etc.), tel est l'objectif de ces conglomérats financiers.

Sur le plan théorique, on peut observer deux attitudes contradictoires, d'un côté la filiale de bancassurance verse des commissions aux distributeurs qui chercheront à les maximiser et d'un autre côté, la filiale peut faire le maximum de bénéfices possibles et les faire remonter à sa maison-mère sous forme de dividendes. ⁽¹⁾ La rémunération de la maison-mère constitue évidemment un aspect essentiel de l'apport de la bancassurance aux banques. ⁽²⁾

Enfin, de nouveaux acteurs font leur entrée pour concurrencer la banque dans le financement de l'économie (les grandes surfaces, le marché financier...etc.) De ce fait, les banques souffrent d'une diminution de leurs marges sur l'activité d'intermédiation classique et trouvent dans la bancassurance une alternative pour y remédier. ⁽³⁾

3-3) Les avantages pour le consommateur

Le consommateur a une accessibilité plus grande à tous les services financiers. Il obtient des réponses simples à l'ensemble de ses besoins en un point de vente unique, du fait d'une banque qui propose à la fois des produits d'assurance et des produits bancaires. ⁽⁴⁾

(1) Jean-Pierre DANIEL, « les enjeux de la bancassurance », op.cit., p136.

(2) IBID, p138.

(3) Dhafer SAIDANE, opcit.

(4) IBID.

Le coût de distribution étant réduit, le client peut bénéficier des produits d'assurance et même des produits bancaires à des prix plus intéressants.

Les modes de paiement des primes sont simplifiés car prélevés directement sur le compte bancaire.

Le bancassureur qui distribue en plus de ses produits traditionnels, des produits d'assurance peut, en toute évidence, n'imputer au coût de ces derniers que le coût marginal de distribution, puisque les charges de structure sont imputées déjà aux produits de base. Cette possibilité se répercute positivement sur le prix de vente des produits d'assurance par les banques. ⁽¹⁾

Avoir un produit similaire à celui qui est vendu par l'assurance en est un apport lui-même. Du moment que la banque se doit de fournir des efforts supplémentaire pour vendre un produit de substitution aux produits traditionnels vendus par la compagnie d'assurance et ce au bénéfice du client en matière de qualité du service. ⁽²⁾

Une accessibilité aisée, car le réseau de banque est généralement plus dense et plus étendu que celui de l'assurance.

Une relation privilégiée entre la banque et le client et une prise en charge plus adéquate.

La banque peut profiter de la complexité de certains produits d'assurance pour les améliorer et le client en bénéficiera. ⁽³⁾

3-4) Les avantages pour l'Etat

La bancassurance peut être un moyen pour limiter le risque systémique⁽⁴⁾, car la banque diversifie ses sources de revenu et rend ainsi les activités plus stables et donc plus sûre aussi pour les clients.

(1) Jean-Pierre DANIEL « les enjeux de la bancassurance), op.cit, p117.

(2) IBID, p111.

(3) IBID, p111.

(4) On appelle risque systémique le risque qu'un événement particulier entraîne, par réactions en chaîne, des effets négatifs considérables sur l'ensemble du système pouvant occasionner une crise générale de son fonctionnement. Il est, en principe, provoqué par une cause, une caractéristique endogène au système considéré.

Cependant, certaines autorités estiment qu'une libéralisation des systèmes financiers peut engendrer une augmentation des risques, d'où l'intégration timide ou la libéralisation graduelle dans certains pays et la réticence d'autres à œuvrer pour la bancassurance.

La bancassurance peut être considérée par les autorités comme un atout ou au contraire comme un danger potentiel à la stabilité financière du pays.

Section 04: Les facteurs clés de succès de la bancassurance

Plusieurs facteurs peuvent influencer positivement ou, au contraire, négativement sur la bancassurance.⁽¹⁾

La réglementation du pays en matière d'exercice des métiers de la banque et des assurances, ainsi que le système fiscal, favorisant l'épargne individuelle, jouent un rôle primordial dans le succès de la bancassurance.

Les facteurs culturels et comportementaux relatifs à : la bonne image des banques, leur relation privilégiée avec leurs clients et l'intensité et proximité des réseaux bancaires, contribuent efficacement au développement de la bancassurance (le cas de la France, Espagne, Italie et Belgique).

Le contact permanent et direct des clients avec leurs banquiers permet à ces derniers de proposer de nouveaux produits relatifs aux assurances. L'utilisation généralisée des moyens modernes de communication (téléphone, internet et autres), freinera l'envol de la bancassurance, comme c'est le cas de la grande Bretagne et des Etats-Unis.

Un taux faible de pénétration de l'assurance vie attire l'implantation d'assureurs étrangers, peut également avoir un impact important dans la réussite de la bancassurance. En effet, ces assureurs choisissent souvent des alliances avec des banques locales, comme en Espagne et dans certains pays d'Amérique Latine.

Enfin, il existe des facteurs endogènes du succès de la bancassurance à savoir : l'organisation de la banque, la performance du système d'information, la formation et la rémunération des vendeurs, les méthodes de vente et l'intégration du d'information de l'assurance dans celui de la banque.

(1) Denis WALLERICH et autres, op.cit, pp9-14

L'analyse de plusieurs expériences de bancassurance à travers le monde fait ressortir quelques facteurs clés de succès :

4-1) La réglementation

La réglementation régissant l'activité de bancassurance et la position des autorités par rapport à son développement sont essentielles, elles déterminent les conditions de succès du modèle de bancassurance dans un pays.

Une législation favorable incite les banques à prendre des participations dans les compagnies d'assurance et vice-versa. L'absence des restrictions réglementaires appliquées à la distribution des produits d'assurance par la banque permettra à la bancassurance de se développer plus facilement et plus rapidement.

Le cadre réglementaire joue un rôle capital dans le développement de la bancassurance et dans les formes que celles-ci peuvent prendre. En effet, le juridique fixe les conditions dans lesquelles les banques et les compagnies d'assurance peuvent sortir de leur domaine d'activité d'origine et définit les limites et les conditions d'accès aux professions de l'autre métier.

La réglementation bancaire et celle des assurances offre souvent des possibilités pour les banques et les sociétés d'assurance d'exercer des activités différentes de leur métier d'origine.

En fonction de la réglementation du pays dont elle exerce et de sa stratégie de développement de bancassurance, la banque peut choisir de commercialiser les produits d'assurance, soit les distribuer au profit de la compagnie d'assurance, soit pour soit même, en créant sa propre filiale en assurance, ou encore s'associer avec une compagnie d'assurance pour créer une joint-venture.

Pour les compagnies d'assurance, des possibilités peuvent être offertes par la réglementation en vigueur en matière de l'assurbanque, qu'il s'agisse de commercialiser directement des produits bancaires ou de prendre le contrôle d'une filiale bancaire.

La réglementation précise les limites de chacun des métiers. Ils sont tous deux soumis à des règles prudentielles très contraignantes et chaque métier est encadré par des principes spécifiques. Cependant, les banques et les compagnies d'assurance arrivent à se faire concurrence, du fait que les deux activités ont des bases communes de travail. ⁽¹⁾

La concurrence entre les deux secteurs pourra s'accroître grâce à une réglementation favorable, autorisant les banques à distribuer des produits d'assurance et mutuellement, les sociétés d'assurance à distribuer des produits bancaires.

En Algérie, les activités de banque et d'assurance sont strictement réglementées et constitutives chacune d'un monopole assorti de dérogations ponctuelles. La lecture de la loi 90/10 et de l'ordonnance de 2003 relatives à la monnaie et au crédit laisse apparaître que le législateur n'a pas accordé d'importance aux activités d'assurance que les banques pourraient être tentées d'exercer. Quant au code des assurances, il n'accorde aux banques aucune dérogation pour la présentation de certaines opérations d'assurance limitativement énumérées.

Cependant, des réformes du secteur financier ont été opérées ces dernières années. La dernière, en date du 20 février 2006, relative aux assurances ⁽²⁾ a permis l'introduction de la bancassurance en autorisant les banques à distribuer les produits d'assurance.

4-2) L'image sur le marché

Deux facteurs se composent pour déterminer le succès de la banque dans sa démarche de bancassurance, le premier c'est l'image de marque dont elle bénéficie, le second, réside dans la place qu'elle occupe dans la société. Cette image peut être constituée par une bonne organisation et l'intensité du réseau bancaire dans un pays.

L'expérience a montré que la bancassurance est mieux développée dans les pays où la relation banque/client demeure physique (France, Belgique, Italie et l'Espagne), que dans les pays où la relation devient de plus en plus virtuelle avec l'utilisation de l'Internet et de téléphone dans la vente de l'assurance et des produits bancaires (les pays anglo-saxons).

(1) Nadege Genetay and Philip Molyneux, OPCIT, P21.

(2) loi 06-04 du 20 février 2006 modifiant et complétant la loi 95/07 du 25 janvier 1995.

4-3) Un management commercial intégré

La problématique c'est d'analyser comment les assureurs qui travaillent avec une banque s'intègrent dans la culture de leur maison-mère et comment ils en adoptent les méthodes commerciales ?

L'expérience a montré que les sociétés qui distribuent leurs produits par le biais du canal bancaire sont proches de la maison-mère de la banque. La domination du mode de distribution sur le fabricant est très forte. ⁽¹⁾

Cette démarche n'est d'ailleurs pas propre aux produits financiers. Dans le domaine des biens de consommation, les fabricants se plaignent de devoir passer sous couvert des grands de la distribution.

Cette influence de la maison-mère se vérifie d'abord au niveau des produits proposés. ⁽²⁾

En effet, les filiales de bancassurance mettent en place des contrats qui s'intègrent dans l'offre de la maison-mère et répondent aux besoins de sa clientèle. Un pionnier de la bancassurance disait : « la filiale de l'assurance n'a pas de clients, elle n'a que des assurés ». ⁽³⁾ Cette intégration se vérifie aussi si l'on observe le développement des synergies commerciales entre maison-mère et filiales. ⁽⁴⁾

L'intégration du modèle de gestion chez les bancassureurs permet de constituer une base de données diffusée par le biais d'un système d'information informatique et exploité par le réseau de banque. L'objectif de gestion commune est également de mutualiser les informations afin d'avoir une vision globale du patrimoine et des besoins des clients.

La gestion intégrée permet aussi une accélération de la prise de décision tout en réduisant les frais de gestion des contrats.

(1) Jean-Pierre DANIEL « les enjeux de la bancassurance », op.cit, p91.

(2) IBID, p91.

(3) Nicolas LIOLIAKIS et Christophe TAPIE « convergence banque-assurance : les jeux ne sont pas faits », BANQUE magazine N° 655/fevrier2004, pp32-34.

(4) Eric DELATTRE « fusions bancaires : signal stratégique du nom », BANQUE magazine N° 637/juin2002, pp63-67.

Cependant, cette question se heurte parfois à la réglementation (la confidentialité de certaines informations), à l'exemple de l'information médicale en France, où l'accès à ce genre d'informations est réservé aux seuls employés d'assurance ou médecins dûment habilités.

Un management du réseau doit être pensé globalement et doit axer sur une formation adéquate et une motivation conséquente du personnel en harmonie avec la culture de l'entreprise.

4-4) L'animation commerciale

Si la stratégie marketing est toujours intégrée à la maison-mère, et si la communication est placée sous sa tutelle, l'animation commerciale est souvent exercée par les filiales. ⁽¹⁾

L'animation est tout à fait fondamentale dans la distribution de produits d'assurance par les banques. Sans animation pas de distribution, mais pas de distribution sans réseau.

Dans cette équation à trois inconnues réside la pierre philosophale de la relation commerciale entre la filiale et son propriétaire. ⁽²⁾

Comme dans importe quelle entreprise, l'animation a pour but d'apporter au réseau des moyens qui lui facilitent l'acte de vente. Dans le cas de bancassurance, la difficulté réside dans le fait que le réseau n'appartient pas au fabricant de produit, et qu'il est considéré comme une des composantes essentielles de la stratégie de la maison-mère.

Pratiquement, ce service doit être pris en charge au départ par l'assureur (frais généraux de commercialisation). Mais il ne faut pas se laisser emporter par ces charges qui peuvent devenir très lourdes dans des réseaux répartis sur les quatre coins du territoire. Il faut savoir au bon moment passer le relai aux équipes de la banque. ⁽³⁾

(1) jean pierre DANIEL « la bancassurance : fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ? », op.cit, p89.

(2) IBID, p90.

(3) Olivier DUPIN et Patrick BURTIN « la bancassurance, rémunération des forces de vente : les modèles gagnants de demain », BANQUE stratégie N°251/septembre 2007, P 6.

4-5) La formation

La formation est un enjeu majeur. En effet, ce volet très important pour la réussite de la bancassurance dont l'ampleur et le coût ne sont pas à sous-estimer. Tout en exigeant l'intégration de la formation par la maison-mère, ⁽¹⁾ des différends peuvent survenir du fait de la prise en charge de cette formation par la maison-mère ou par la filiale.

La formation est un volet de l'animation commerciale, il y a deux options. En effet, le bancassureur peut se contenter de former un agent par agence ou bureau, comme il peut opter pour former le maximum d'agents, c'est une politique onéreuse, mais elle est indispensable notamment au moment où il fallait faire entrer l'assurance dans l'activité quotidienne de la banque. ⁽²⁾

4-6) La rémunération de la force de vente

La rémunération de la force de vente est complexe dans la bancassurance. En effet, le guichetier est-il rémunéré par la maison-mère ou par la filiale, ou par les deux. Du moment qu'il vend les produits bancaires et les produits d'assurance. ⁽³⁾

Une politique de rémunération équilibrée contribuera à intégrer au maximum les produits d'assurance dans l'ensemble de la gamme de produits vendus par les guichetiers. ⁽⁴⁾

L'enjeu dans la rémunération réside dans la façon de rémunérer elle-même. Si le guichetier connaît la part du salaire qui provenait de la vente des produits d'assurance ou non, cette individualisation de rémunération déterminera son action commerciale quotidienne de guichetier. ⁽⁵⁾ la distinction entre les deux parts de rémunération permettra aussi au responsable d'agence de connaître la part de contribution de la vente d'assurance à son compte d'exploitation.

(1) Jean Pierre DANIEL « les enjeux de la bancassurance », p95.

(2) Jean Pierre DANIEL « la bancassurance : fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ? », op.cit, p92.

(3) Jean Pierre DANIEL « les enjeux de la bancassurance », op.cit., p98.

(4) Olivier DUPIN et Patrick BURTIN, op.cit, p7.

(5) IBID, p8.

4-7) Les caractéristiques des produits développés

Quelles sont les caractéristiques d'un "bon" produit en bancassurance? Y a-t-il des produits propres à ce réseau? Que peut-on vendre et ne pas vendre lorsque l'on est bancassureur? Pourquoi la bancassurance est-elle plus adéquate aux produits d'assurance vie?

Chaque candidat à la bancassurance peut avoir des réponses aux questions précédentes et ce en fonction de la situation dont est appelé à évoluer. Mais il est fort recommandé de commencer au début par vendre les produits simples, standardisés et parfois même « packagés » avec les offres bancaires.

Les produits les plus simples à distribuer au début c'est les produits d'assurance vie, mais il faut être vigilant afin que ces produits ne viennent pas substituer aux produits bancaires traditionnels.

Après l'arrivée à la maturité du marché de bancassurance et à la maîtrise du concept par le réseau, on peut passer à diversifier la gamme de produits vendus par le bancassureur.

L'important est toujours de proposer des produits simples à définir et dont les options de choix sont limitées.

On distingue quatre phases dans le développement de la bancassurance qui se traduisent par la vente de produits différents.

Dans une première période, avant les années 70, les banques ont vendu les garanties d'assurance qui n'étaient que le prolongement de leur activité principale. Dans les années 90, sont nés les produits d'épargne qui bénéficient de la fiscalité de l'assurance vie. Après les années 90, on a observé la diversification de l'offre en assurance vie et dommages. ⁽¹⁾

En toute évidence, la banque doit s'intéresser en premier lieu à développer l'assurance vie, considérée comme plus proche de métier du banquier et plus rentable, puis elle s'intéressera aux produits d'assurance dommages, et ce pour faire face à la concurrence.

(1) Jean-Pierre Daniel « les enjeux de la bancassurance », op.cit, p53.

4-8) Le modèle retenu pour créer la bancassurance

Le choix du modèle est un facteur déterminant pour le succès de la bancassurance. Ce choix dépend de la situation de chaque entreprise, elle doit choisir la formule adaptée à ses besoins et à son environnement culturel et réglementaire. Chaque modèle a ses avantages et ses inconvénients, comme nous l'avons illustré plus haut.

4-9) Le comportement des consommateurs

Comme on a précédé, l'expérience a montré que, plus la population a l'habitude d'utiliser les nouvelles technologies, en particulier l'Internet, moins la bancassurance s'est implantée. On constate là où l'internet est moins pénétré la bancassurance est plus développée (France, Italie et Espagne).

Les clients des pays cités ci-dessus sont attachés à la rencontre physique avec leur banquier⁽¹⁾, d'où la possibilité de proposer plus de produits y compris les produits d'assurance.

Le contraire est dans les pays nordiques (grande Bretagne, pays bas, les pays scandinaves ou encore les Etats-Unis). Ces pays anglo-saxons réalisent la plupart de leurs transactions bancaires via internet ou téléphone. Et l'on constate justement que c'est dans ces pays que la bancassurance n'a pas réussi à s'implanter de façon significative. Cet état de fait, nous renseigne sur l'importance de contact direct avec le client dans le développement de nouveaux produits au niveau de la banque.

4-10) Taux de pénétration de l'assurance

De grandes banques et compagnies internationales ont cherché à s'implanter dans les pays où le taux de pénétration est encore à ses niveaux les plus faibles, comme dans le cas des pays de l'Amérique latine et les pays du Maghreb. En effet, ces firmes ont su créer des alliances ou des partenariats avec assureurs ayant une bonne connaissance des pratiques et besoins des consommateurs ou avec des banques locales disposant d'un réseau dense et organisé. Elles ont tiré profit des coûts réduits et d'une efficacité et rapidité sans égales pour s'implanter à l'étranger, l'exemple de l'Espagne et de certains pays de l'Amérique Latine sont édifiants. Certains pays d'Asie prennent également cette voie de développement.

(1) Cette notion nous démontre l'importance du personnel en contact dans le système de la servuction (système de production du service).

4-11) Répondre aux attentes des clients

Le client de la banque n'attend qu'à être satisfait, lui offrir une gamme complète de produits financiers (bancaires et d'assurance) à travers un réseau unique de vente va de cette logique de satisfaire au mieux le client.

Le bancassureur doit proposer un conseil de qualité par une capacité d'écoute et une bonne information. Il doit répondre rapidement aux attentes de ses clients en exploitant une gestion informatique intégrée. En bref, il doit exceller par rapport aux meilleurs assureurs traditionnels

Cependant, la complexité et l'obligation d'information et de conseil rendent la responsabilité du banquier, présentateur d'opération d'assurance, lourde, il doit agir en qualité de souscripteur d'une assurance de groupe ou en qualité de courtier d'assurance. Dans le même ordre d'idées, la réglementation applicable aux techniques promotionnelles paraît complexe et crée des problèmes de mise en place de la bancassurance.

Section 05 : Difficultés et limites de la bancassurance

La distinction entre les deux métiers du banquier et de l'assurance fait que des difficultés de rapprochement entre les deux surgissent. ⁽¹⁾ ces difficultés peuvent constituer des obstacles au développement de la bancassurance notamment pour la vente de contrats d'assurance dommages. Nous résumons ces difficultés en les points suivants :

5-1) Un savoir-faire particulier

La vente des produits d'assurance dommages nécessite un savoir-faire particulier, parfois elle peut nuire à l'image de marque même de la banque notamment lors des règlements des sinistres incendie et assurance risques divers(IARD). ⁽²⁾

(1) Jean –Michel PIERRARD « banque et assurance: quelles convergences technologiques? », banque stratégie N°129/juillet-août 1996, pp10-13.

(2) IBID, p10.

5-2) Des règles de commercialité différentes

Outre les difficultés spécifiques relatives à la vente des contrats IARD, le développement de la bancassurance en général soulève d'autres difficultés, qui sont la résultante d'une appréciation commerciale différente et des contraintes imposées par le marché. ⁽¹⁾

Dans ce sens, les méthodes commerciales utilisées par les deux produits diffèrent. L'assurance vie se vend alors que les produits d'assurance dommages s'achètent. ⁽²⁾

Ces différences entre les méthodes de travail engendrent des différences dans la rémunération d'où des difficultés de jumeler les deux activités et les conférer à un seul agent (intéressement sur les ventes, primes d'objectifs...etc.).⁽³⁾

D'autres limites imposées par le marché viennent freiner le développement de la bancassurance. En effet, dans les marchés où le taux de pénétration de l'assurance traditionnelle est élevé, il est difficile de vendre des produits par le secteur complémentaire. ⁽⁴⁾

Une faible bancarisation de la société constitue aussi un frein au développement de la bancassurance.

5-3) Deux cibles de clientèle différentes

Une autre difficulté réside dans le ciblage de la clientèle, ce qui renvoie aux stratégies différentes des deux institutions. Par exemple, la banque essaye d'attirer une clientèle de jeunes pariant sur sa fidélité à moyen terme. Mais cette clientèle n'est pas attirée par l'assurance vie.

En assurance dommages, la banque se trouve contrainte de souscrire des assurances auto où elle souffre d'un taux de sinistralité élevé. ⁽⁵⁾

(1) Jean –Michel PIERRARD, op.cit, p10.

(2) Vered KEREN, op.cit. p116.

(3) IBID, p117.

(4) IBID, p119.

(5) Jean –Michel PIERRARD, op.cit, p10.

5-4) Deux approches du risque différentes

Lorsque le banquier estime qu'une affaire comporte un risque élevé, il a tendance à la refuser, à l'opposé, la gestion et la maîtrise du risque constituent la raison d'être de l'assurance, d'où des difficultés de rapprochement liées à l'approche différente au risque.

5-5) Obligations du secret professionnel

Les vendeurs doivent fournir le meilleur service aux clients avec l'obligation de conseil, ⁽¹⁾ ils doivent aider les clients à opérer le choix le plus adapté à leurs besoins mais sans tomber dans les ventes interdites par la loi. Il est interdit aussi de surpasser les règles régissant les libertés publiques lors de la distribution des produits d'assurance par les banques en respectant le secret professionnel et les lois informatiques.

Dans le sens de tenir le secret professionnel, le banquier n'a pas le droit de divulguer des informations qu'il détient, même à son partenaire assurance. ⁽²⁾ sauf si le client l'autorise avec des possibilités de fixer des limites à cette autorisation (préciser les renseignements qui ne peuvent pas être communiqués ou à qui ces renseignements ne doivent pas l'être.)

La possibilité de céder un fichier informatique à une autre institution, même quand il s'agit de deux entités appartenant au même groupe d'affaire, est subordonnée à un aval de l'autorité qui régule les libertés d'informations.

Le respect du secret professionnel constitue une contrainte juridique pour le développement de la bancassurance. Les sanctions pénales pour non-respect du secret professionnel sont appliquées, même quand il s'agit d'un même groupe. ⁽³⁾

(1) Pierre MICHAUD « assureurs et banquier: bâtir une relation au service du client », banque stratégie N°129/juillet-aout 1996, pp26-27.

(2) Vered KEREN, opcit, p 96.

(3) IBID, p198.

Conclusion du premier chapitre

La jonction de deux métiers de la banque et de l'assurance fait apparaître la bancassurance. Ce dernier donc n'est venu que pour renforcer la collaboration et la complémentarité des deux secteurs mais aussi, fait naître une concurrence et augmentera, par conséquent, l'efficacité.

La bancassurance permettra de densifier les réseaux de distribution des assurances, en l'élargissant le nombre de point de ventes des assurances. Ce qui contribuera à améliorer le taux de couverture de marché.

Ainsi, une société d'assurance peut mandater une banque à distribuer ses produits d'assurance à l'intérieure de ses agences bancaires. La création de filiales spécialisées est aussi possible soit en collaboration entre la banque et la compagnie d'assurance ou chacun pour soi, ou encore des conglomérats financiers peuvent naître. Le choix de tel ou tel modèle repose sur la nature des objectifs tracés par le bancassureur.

Plusieurs avantages sont tirés de la bancassurance tant par les banques et les compagnies d'assurance que par le client et tout l'environnement socio-économique du pays.

Pour réussir, la bancassurance doit être prise d'une manière pédagogique et sereine, notamment au niveau des produits à proposer, il faut commencer par les plus simples avant de développer les produits d'assurance qui nécessitent un savoir-faire particulier ou ceux qui répondent à une démarche complexe.

La réglementation, l'image sur le marché, un management commercial intégré, l'animation commerciale, la formation, la rémunération de la force de vente, les caractéristiques des produits développés, le modèle retenu pour créer la bancassurance, le comportement des consommateurs, le taux de pénétration de l'assurance et répondre aux attentes des clients constituent les facteurs clé de succès de la bancassurance.

Néanmoins, il existe des limites à ne pas négliger qui peuvent retarder le développement de la bancassurance à savoir : un savoir-faire particulier, des contraintes juridiques, des règles de commercialité différentes, deux clientèles et deux approches différentes et enfin, l'obligation du secret professionnel.

Deuxième chapitre : La bancassurance dans le monde

Les premières activités de bancassurance sont nées en Belgique (1865), puis en Allemagne(1922), en Espagne(1930) et en Grande Bretagne(1968), mais sans porter ce nom à ces époques-là. ⁽¹⁾

Le terme bancassurance est apparu en France dans les années soixante-dix pour définir la vente de produits d'assurance par l'intermédiaire d'un réseau bancaire.

La bancassurance se rapporte largement à la collaboration entre les banques et les assureurs pour distribuer les produits d'assurance. Les stratégies de bancassurance ont réalisé un succès considérable en Europe pendant un certain temps, où les deux-tiers de l'assurance vie et pensions de retraite sont traitées par des banques sur les principaux marchés de l'Espagne, du Portugal et de la France. En revanche, la bancassurance en Asie, en grande Bretagne et en Amérique a été un phénomène relativement récent, son développement n'est concret que dans les années 2000.

Quant aux pays sous-développés à l'exemple des pays du Maghreb, la bancassurance reste insuffisamment répondue en raison de faible part des assurances vie, justifiée par la baisse du niveau de vie et parfois même par des considérations culturelles et religieuses, car prévoir la mort fait partie du domaine de dieu et du destin, alors il n'y a pas lieu de s'y prémunir.

Nous tenterons dans ce chapitre de passer en revue quelques expériences de bancassurance dans différents pays tant ceux qui ont connu un succès que ceux qui ne l'ont pas connu.

Section 01 : La bancassurance en Europe

1-1) Genèse de la bancassurance en Europe

L'Europe est la région du monde où se sont situées les expériences les plus nombreuses et les plus significatives et ce depuis les années 70. La mise en œuvre de l'Euro a constitué un accélérateur pour le phénomène de la bancassurance dans toute l'Europe. ⁽²⁾

(1) Patrice Michel LANGLAUME, op.cit., p1.

(2) Alain borderie, Michel Lafitte, op.cit , p48.

En effet, depuis les années 70/80, nous avons vu apparaître le phénomène de bancassurance dans la plus-part des pays européens où se trouvent les banques universelles (grandes banques de dépôt d'une part et les grands assureurs multi-branches, d'autre part). Elle s'est activement propagée en France, en Belgique, en Italie et en Espagne, puis en Allemagne et dans les pays de l'Europe de l'Est. D'autres pays sont restés réfractaires, principalement la Grande Bretagne, ⁽¹⁾ connue par son alignement aux Etats Unis d'Amérique, ce dernier n'as vu émerger la bancassurance que dans les années 2000.

1-1-1) La bancassurance en France

Les banques françaises ont connu une concurrence très rude dans les années 70. Profitant de la législation existante en matière d'assurance, elles ont trouvé en la bancassurance une alternative pour rattraper la perte de leurs marges bénéficiaires. Elles commençaient à diversifier leur activité bancaire en élargissant leur gamme de produits.

Historiquement, les banques pionnières ont été le Crédit Mutuel, dans les années 70, puis le Crédit Lyonnais et le Crédit Agricole. Par la suite, des accords de coopération commerciale ont été signés entre la plupart des grandes banques et des compagnies d'assurance. Puis, dans les années 90, on a assisté à une série de prises de participation minoritaire croisées, avec notamment BNP-UAP (aujourd'hui AXA), Suez-Victoire ou AXA-Paribas.

Il n'y a pas eu encore, en France, de constitution de véritables conglomérats financiers, malgré quelques tentatives (notamment celle du rapprochement entre BNP-UAP et Suez en 1996).

En l'an 2000, la bancassurance en France représentait 35 % des assurances vie, 60 % des assurances épargne, 7 % des assurances dommages et 69 % du chiffre d'affaires en épargne individuelle. ⁽²⁾

Le succès de la bancassurance en France a fait d'elle le plus grand marché d'assurance en Europe et premier marché de bancassurance au niveau mondial.

(1) Bernard DE GRUYSE « monde changeant des assurances », cahiers financiers, Édition Larcier, Bruxelles/Belgique, 2007, P28.

(2) Marjorie Chevalier, Carole Launay et Bérangère Maingy « Analyse de la situation de la Bancassurance dans le monde », revue focus septembre 2005, p2.

Sur le plan de l'offre, les banques françaises se sont rapidement orientées vers l'assurance vie ainsi que l'assurance-crédit, avant de diversifier complètement leurs offres et de proposer des garanties d'assurance de dommages telles que l'auto ou l'habitation.

L'expérience bancaire française a permis de capter une partie de la clientèle épargnante. Les assurances vie, qui représentent toujours l'un des placements préférés des français, permettent à la bancassurance d'occuper une bonne position au milieu des assureurs.

En 40 ans, le secteur de la bancassurance s'est considérablement étoffé. Ainsi, dans le classement des 20 premiers assureurs en chiffre d'affaires réalisé en France en 2008, se retrouvent quatre bancassureurs : Crédit Agricole (2^{ème}), Crédit Mutuel (8^{ème}), BNP Paribas (9^{ème}), Société Générale (10^{ème}) et Natixis(16^{ème}) avec des chiffres d'affaires oscillant entre 17,6Mds d'euros et 3,3Mds d'euros. ⁽¹⁾

Les banques françaises ont su jouer l'atout de l'entendue de leur réseau et l'arrivée précoce des clients pour bien vendre des produits d'assurance.

En 2008 en France, la Fédération bancaire française recensait 39.700 agences. La tendance à la concentration dans le secteur, et les rachats ou regroupement opérés ces dernières années ont encore accru cette force de la banque face à l'assurance qui ne peut compter que sur quelques grands acteurs en matière de réseau. ⁽²⁾

Le second point fort vient du fait que les clients d'une banque sont souvent plus jeunes que ceux de l'assurance. La raison est simple : on ouvre bien plus souvent un compte en banque avant de souscrire une assurance pour son premier logement ou sa première voiture.

(1) Benoit Martin « une brève présentation de la bancassurance », classement établis par la Tribune de l'Assurance, décembre 2009, Publié le 8 mars, 2010.

(2) Wolfgang p. WARTH et Valérie LE DEROF « l'état de la bancassurance en Europe », revue banque N°577- janvier 1997, pp42-45.

1-1-2) La bancassurance en Italie

Le décloisonnement réglementaire intervenu au début des années 90 (la Loi Amato de 1990) et la forte demande de la clientèle en produits d'assurance vie ont favorisé la distribution de ces produits par les guichets des banques. ⁽¹⁾

En effet, la bancassurance italienne s'est caractérisée par la rapidité de son développement. Depuis 1995, les autorités italiennes ont mis en place une réglementation fiscale favorable aux produits d'assurance vie.

L'importance du réseau bancaire, la bonne répartition sur tout le territoire et la confiance des italiens en leurs banquiers ont permis au modèle de bancassurance de s'accroître très rapidement.

Plusieurs banques ont joué un rôle prépondérant dans le lancement de la bancassurance italienne. Nous pouvons citer quelques-unes qui ont pris les initiatives les plus importantes : Alleanza, groupe Generali, INA, Banco Dinapoli, Banca Diroma et Credito Italiano. ⁽²⁾

Les raisons qui ont poussé les banques italiennes à se lancer dans la distribution des produits d'assurance sont à chercher dans l'évolution de ces marchés.

En effet, les banques italiennes se sont retrouvées face à l'érosion des marges de profits et à la désintermédiation. Dans ce scénario, la distribution des produits d'assurance s'est révélée stratégique tant pour des raisons de nature économique et financière (réalisation des économies d'échelles), que pour l'objectif marketing en fidélisant les clients, diversifiant l'offre et faire face à la concurrence. ⁽³⁾

Les synergies offertes par la bancassurance sont bien exploitées par les banques et les compagnies d'assurance italiennes pour, distribuer les produits d'assurance par l'utilisation d'un canal plus efficace que le canal traditionnel (courtiers et agents généraux).

(1) Wolfgang p. WARTH et Valérie LE DEROFT, op.cit, p44.

(2) Roberto CANNATA « la banque italienne : les rapports banque-assurance », banque magazine N°149-mai 1998, p22.

(3) IBID, pp23-24.

La part de marché des bancassureurs italiens représente plus de 60 % de la nouvelle production en assurance vie. ⁽¹⁾

1-1-3) La bancassurance en Espagne

La bancassurance représente aujourd'hui plus de 65 % du chiffre d'affaires de l'assurance vie. Cependant, cette très forte croissance n'est pas la résultante unique du marché domestique de la bancassurance espagnole. En effet, depuis les années 2000, de nombreuses alliances internationales, souvent européennes, entre banques et groupes d'assurance ont consolidé le marché de la bancassurance en Espagne. ⁽²⁾

1-1-4) La bancassurance au Portugal

La bancassurance au Portugal a connu le même succès que celui de la France et de l'Espagne, où on a enregistré la plus forte pénétration, avec 82% de part de marché en assurance vie. ⁽³⁾

1-1-5) La bancassurance en Belgique

Le marché belge d'assurance vie ne cesse de s'accroître, mais il reste dominé par le réseau de courtiers, cela n'as pas empêché la croissance rapide de la bancassurance durant ces dernières années. Elle a été soutenue par l'installation des compagnies étrangères, principalement luxembourgeoises.

Nous avons assisté à de nombreuses fusions, acquisitions et restructurations, qui ont rapproché banques et assureurs.

En effet, les cinq premiers groupes du marché ce sont des bancassureurs. Avec 56 % ⁽⁴⁾ de part de marché en assurance vie, la bancassurance est désormais le premier réseau de distribution en Belgique.

(1) Marjorie Chevalier, Carole Launay et Bérangère Maingy, opcit. p2.

(2) IBID, P2.

(3) IBID, P2.

(4) IBID, P4.

Les principales banques ont entamé leur parcours d'assurance dans un laps de temps se situant entre 1989 et 1990. ⁽¹⁾ En effet, chacune des quatre grandes banques belges (la Générale de Banque, la Kredit Bank, la BBL et le Crédit Communal) a constitué une compagnie d'assurance. Quant à La société d'assurance AXA, elle a créé sa filiale banque.

Étant donnée l'érosion des marges d'intérêts, ces banques voulaient trouver de nouveaux apports de revenus et ils y sont parvenues grâce à leur lancement dans l'assurance. Effectivement, durant les premières années, leurs filiales d'assurance leur ont fourni d'importants dividendes.

Cet objectif est atteint puisque l'activité de l'assurance à travers les banques se faisait à des coûts marginaux moindres et actionnait l'effet de levier. A cet objectif s'ajoute celui de la captation et la fidélisation de la clientèle en se l'attirant par une gamme de produits plus large.

De son côté l'Etat belge a encouragé l'émergence et le développement de la bancassurance. A cet effet, une loi a été promulguée en l'occurrence la loi Mammouth qui ouvrait la voie à la déspecialisation, la suppression de la taxe sur les primes d'assurance vie et les durées contractuelles ramenées à un an.

Tout en s'appuyant sur une industrie d'assurance informatisée et intégrée avec la distribution par le biais de réseau d'agences bancaires, cette intégration verticale a permis l'efficacité opérationnelle par excellence.

En matière du marketing, les banques belges ont opté par la multidistribution ou la diversification en utilisant des courtiers, des agences de banque, des agents généraux, le réseau de la poste ainsi que la vente directe, ces différents canaux sont rendus complémentaires ou de moins ne se fassent pas concurrence parce que la marque jouit un rôle fédérateur (généralement la diversification se faisait sous une seule marque, mais tantôt sous plusieurs marques).

Les bancassureurs belges ont amélioré leur performance par des économies d'échelles, en regroupant la gestion d'actifs et de portefeuilles en instaurant une cohérence dans les activités de soutien.

(1) Bernard DE GRUYSE , opcit, pp29-30.

1-1-6) La bancassurance en Angleterre

Si la bancassurance a atteint, dans certains pays d'Europe à l'exemple de la France, Espagne, Italie et Belgique, un taux de pénétration important, d'autres pays sont dominés par les autres réseaux de distribution. Le marché britannique de l'assurance vie est détenu par les courtiers. ⁽¹⁾

Le réseau des agences directes (composé de salariés des compagnies d'assurance) joue également un rôle important dans un marché très réglementé par le Financial Services and Markets Act (FSMA) de 1986, imposant des conditions très strictes pour la distribution des produits d'assurance.

De ce fait, les banques anglaises n'ont pas réussi à intégrer l'activité d'assurance en leur métier, leur part en assurance vie était de 9 % en 2005. En dépit de plusieurs tentatives de partenariats entre banques et assureurs et des réformes de distribution des produits d'assurance vie prévues par les autorités, la bancassurance tarde à s'affirmer comme mode de distribution des assurances en Angleterre. ⁽²⁾

1-1-7) La bancassurance en Allemagne

Les contraintes réglementaires relatives à la distribution des produits d'assurance en Allemagne n'ont pas encouragé l'émergence d'un marché bancassurance fort. Le réseau de distribution reste dominé par les agents généraux agréés par les compagnies d'assurance.

La hausse de la part de marché des bancassureurs au cours des années 90 est engendrée par de nombreux partenariats ou actionnariats croisés conclus entre banques et assureurs. Néanmoins, cette forme d'association a constitué des barrières à l'entrée pour les nouveaux acteurs sur le marché. ⁽³⁾

1-1-8) La bancassurance aux Pays Bas

Tous les réseaux de distribution des assurances sont représentés au Pays Bas au pays. ⁽⁴⁾

(1) Dominique Marchais « le cadre légal et réglementaire des banques britanniques », la revue banque, N°575- novembre 1996, pp23-25.

(2) Marjorie Chevalier, Carole Launay et Bérangère Maingy, op.cit. P3

(3) Christophe Braouet « l'avenir de la bancassurance à l'heure d'internet », banque stratégie N°185, septembre 2001, pp23-24.

(4) Marjorie Chevalier, Carole Launay et Bérangère Maingy, op.cit. P3.

En effet, les courtiers dominent ce marché, mais nous observons que la bancassurance gagne des parts de marché ces dernières années. ⁽¹⁾

1-2) Les différents modèles et produits de la bancassurance en Europe

1-2-1) Les modèles et les produits à l'initiative des banques

Les stratégies bancaires consistent souvent à la création d'une société d'assurance.

En France, la première expérience est la création d'une société spécifique spécialisée en assurance vie. Par la suite, le développement de la bancassurance s'est concrétisé par plusieurs créations. ⁽²⁾

En 1971, la fédération de Strasbourg du Crédit Mutuel (ACM), la plus puissante du Crédit Mutuel, crée les assurances du Crédit Mutuel vie (ACM vie) et les assurances du Crédit Mutuel IARD (ACM IARD) en les dotant d'un statut de mutuelle modifié par la suite en 1992 en société anonyme pour faciliter l'entrée dans leur capital des autres fédérations du Crédit Mutuel qui distribuent leurs produits.

Après la réussite des ACM, une seconde compagnie « SURAVENIR », est créée en 1986 par une autre fédération régionale du Crédit Mutuel. En 1996, SURAVENIR IARD sera créée pour proposer une offre de produits d'assurance dommages.

En 1973, la COMPAGNIE BANCAIRE, établissement du crédit spécialisé, sans réseau, proche de la banque PARIBAS, crée une compagnie d'assurance de personnes « KLEBER VIE », qui devient peu de temps après « CARDIF ». ⁽³⁾

CARDIF est la première société à avoir confié la distribution de ses produits d'assurances à des externes. Elle a démarré du client distributeur pour définir le produit désiré et baser le développement sur une valeur ajoutée (innovation dans les produits, les services, la rapidité et la performance).

(1) Marjorie Chevalier, Carole Launay et Bérangère Maingy, op.cit. P2

(2) Alain Borderie et Michel Lafitte, op.cit, p49.

(3) Nicolas Lioliakis, opcit, p31.

A partir des années quatre-vingt, et après la réussite du modèle en France, il est exporté en Europe puis dans le monde. Aujourd'hui, la rentabilité de CARDIF est importante à l'étranger qu'en France. ⁽¹⁾

En 1978, les banques populaires fondent leurs premières compagnies d'assurance vie, en l'occurrence FRUCTIVE qui propose une gamme complète de contrats d'assurance d'épargne et de prévoyance. ⁽²⁾

En 1986, le Crédit Agricole, premier réseau bancaire français choisi de fonder sa propre filiale d'assurance vie « PREDICAT », elle s'appuie sur la puissance du réseau du groupe mutualiste, elle utilise ses moyens informatiques et logistiques, ses équipes de gestion financière et sa filiale commune de formation. A la base PREDICAT offre des bons de capitalisation, puis les contrats d'épargne retraite et prévoyance décès destinés aux particuliers, contrat retraite et prévoyance pour professionnel, contrat d'assurance retraite collective pour les entreprises. ⁽³⁾

En 1991, une filiale à 100% du Crédit Agricole (PACIFICA) a été créée, elle ne bénéficie pas de soutien technique d'un assureur, elle crée ses propres produits en assurance dommages à savoir : assurance auto, assurance habitation, contrat d'assurance complémentaire santé en 1996, contrat garantie avenir retraite en 2000. Elle s'accompagne de la formation des conseillers, s'appuie sur une politique de souscription vigilante, un mode de règlement des sinistres original et un intéressement du réseau en fonction des résultats commerciaux obtenus.

Comme dans d'autres pays européens, les banques belges ont commencé d'abord par vendre les produits d'assurance vie. Ce n'est qu'après, et d'une façon progressive, qu'elles ont proposé des produits d'assurance dommage mais avec une certaine réticence, elles se sont généralement limitées aux produits d'assurance incendie, assurance auto et l'assurance habitation à cause de leur simplicité et la possibilité d'innovation. ⁽⁴⁾

(1) Alain Borderie et Michel Lafitte, op.cit, p51.

(2) Brice LEIBUNDGUT « la bancassurance vie un axe d'épargne privilégié », banque magazine N°622/février 2001, pp30-31.

(3) Alain Borderie et Michel Lafitte, op.cit., p50.

(4) Bernard DE GRYSSE, opcit, p31

Ce type de stratégie a été utilisé dans l'ensemble de l'Europe, les expériences les plus connues se situent en Allemagne où Deutsch Bank a créée selon ce modèle, des filiales vie et non vie. En Irlande avec la Bank of Ireland. ⁽¹⁾

Ces stratégies sont caractérisées par une forte proportion de produits individuels et un équilibre entre produits d'épargne et produits de prévoyance.

1-2-2) Les modèles et les produits à l'initiative des assureurs

La première stratégie consiste en la prise de contrôle par l'assureur d'une entreprise financière existante dont le statut juridique est préservé. ⁽²⁾ Plusieurs exemples existent en Europe :

- GAN avec BIF en France.
- Abbey Life avec TSB KIOYDS au Royaume –Uni.
- Royale Belge avec banque IPSA en Belgique.

Une variante de cette stratégie consiste en la création par l'assureur d'une banque qui lui soit directement rattachée, exemple de AXA banque et AGF banque en France.

Une stratégie plus équilibrée consiste en le rapprochement entre banque et assureur mais à l'initiative de ce dernier afin de créer une filiale spécialisée en bancassurance, exemples de Amen et Vering au Danemark et de GAN avec CIC en France, mais qui sera contrôlée par le Groupama en 1998. ⁽³⁾

Une stratégie extrême consiste en la création d'un holding commun par la banque et la compagnie d'assurance, exemples de : Baltica au Danemark et de National Neerlanden avec NMB Postbank au Pays-Bas, qui donnera naissance à ING, ont consisté à contourner l'interdit en créant des holdings communs tout en conservant des structures juridiques séparées. ⁽⁴⁾

(1) Alain Borderie et Michel Lafitte, op.cit, p51.

(2) Gaël PONTBRIAND « la bancassurance et la restructuration du secteur financier », banque stratégie N°147/mars1998, pp2-6.

(3) Alain Borderie et Michel Lafitte, op.cit., p52.

(4) Gaël PONTBRIAND, op.cit, p2.

1-2-3) Les modèles équilibrés entre banquiers et assureurs

Les modèles équilibrés ce sont des stratégies qui consistent à mettre en œuvre des coopérations croisées afin de créer des symétries commerciales et /ou de rentabiliser les réseaux de distribution. ⁽¹⁾

Parmi les exemples les plus significatifs de ces stratégies en Europe nous trouvons :

- La coopération de BNP avec l'UAP avant son absorption par AXA en France.
- La Caisse Nationale de Prévoyance(CNP) qui dessert plusieurs réseaux de distribution dont celui de la poste qui diversifie ainsi ses activités vers l'assurance.

1-3) Le succès de la bancassurance en Europe

La réussite de la bancassurance en France a un effet important sur d'autres pays européens.

Les bancassureurs sont devenus des acteurs incontournables du panorama financier européen. ⁽²⁾ En France, quatre bancassureurs figurent dans le classement des dix premiers groupes en termes de chiffre d'affaires global. Leur positionnement est encore plus favorable en matière d'assurance vie. Le rapprochement Allianz Dresdner avait, en son temps, constitué le coup d'envoi de grandes manœuvres européennes. Les fusions BNP / Paribas et Crédit Agricole / Crédit Lyonnais avaient consacré les rapprochements de très grands bancassureurs français. ⁽³⁾

Le concept de bancassurance a évolué au fil du temps .Il se trouve confronté aujourd'hui à un nouvel environnement concurrentiel à la fois plus sévère, plus large et plus prometteur.

(1) Alain Borderie et Michel Lafitte, op.cit., p53.

(2) Daniel Gonzalez « évolution de la part de marché des bancassureurs », banque stratégie N°122, décembre 1995, pp2-4.

(3) Gérard VALIN« Bancassurance européenne et réseaux postaux face aux nouvelles exigences de la gouvernance patrimoniale et sociale », banque stratégie N°251, pp16-25.

L'avènement d'une industrie des fonds de pension en Europe continentale constitue un nouvel enjeu, essentiel et majeur, pour les bancassureurs qui relèveront le défi de la retraite à grande échelle.

Cependant, la crise des crédits hypothécaires (à partir du juillet 2007) ⁽¹⁾ avait des répercussions sur l'activité des bancassureurs.

Ces dernières ont été touchées à des degrés divers (en Allemagne, au Royaume Uni, en Espagne et en France). Cette crise a fait naître pour la plupart d'entre elles un besoin de liquidités supplémentaires. Les banques plus frappées sont de fait obligées de reconstituer leurs fonds propres. Pour cela deux options se sont présentées : faire appel au marché via des augmentations du capital ou céder certains actifs pour rééquilibrer leurs bilans. Ces cessions se concrétisent par des participations minoritaires non stratégiques.

Deux scénarios ont été vécus en Europe, le premier concerne les pays où les modèles de bancassurance sont basés sur l'intégration (la filiale d'assurance étant très liée à la maison mère).

Ce groupe de pays n'ont pas connu de cessions de filiales d'assurances par les banques parce que considérées comme stratégiques. En effet, en France, le modèle dominant est celui de la filialisation, la plupart des banques ayant créée leur propre société d'assurances dont les produits sont distribués via les guichets bancaires (Crédit mutuel, Crédit Agricole, BNP Paribas Société générale). L'Espagne et le Portugal ont également adopté ce mode de fonctionnement.

Le deuxième scénario c'est celui qui est basé sur le modèle de l'intermédiation, résultant principalement de partenariats sous forme de joint-venture entre banques et compagnies d'assurances liens qui peuvent être rompus à tout moment. C'est ce modèle que l'on rencontre majoritairement au Royaume Uni et en Allemagne.

Le succès de la bancassurance en Europe est illustré par le succès même de l'assurance vie. Au début des années deux mille, on a enregistré des dizaines de millions de contrats. ⁽²⁾

(1) BONNARD Jérôme « Les conséquences des crises financières de 2008/2009 et 2011/2012 sur l'assurance. », halshs0655657, version1, janvier2012, pp3-10.

(2) Brice LEIBUNDGUT, opcit, p31.

En fin, nous pouvons conclure que la bancassurance est un modèle très réussi dans l'Europe du sud (France, Espagne, Italie), mais moins important dans les pays anglo-saxon(Royaume-Uni) et ceux de l'Europe du nord (Finlande et Allemagne).

Section 02 : La bancassurance en Asie

Malgré son histoire courte, la pénétration de la bancassurance dans la région a capturé tangiblement des parts de marché importantes notamment dans l'assurance vie. Une tendance semblable à travers toute la région, cette tendance est soutenue par l'émergence des réformes de normalisation autorisant tout l'éventail de produits. La déréglementation prépare le terrain pour les banques et les assureurs, afin de créer des associations stratégiques qui ont été autrefois limitées. Ces développements sont placés pour changer sensiblement le paysage financier en Asie.

En effet, la bancassurance, en Asie, s'est développée très rapidement depuis le début du siècle, grâce à la dérégulation intervenue au Japon, à l'inde, en Chine et en Corée.

Au Moyen-Orient, notamment au Liban, dans les Emirats arabes unis, en Arabie Saoudite, la bancassurance connaît certaines réussites. ⁽¹⁾

2-1) Genèse de la bancassurance en Asie

Nous tenterons ici de présenter l'expérience de certains pays asiatique dans la bancassurance.

2-1-1) La bancassurance en Malaisie⁽²⁾

L'avènement de la bancassurance en Malaisie a été approuvé par Bank Negara Malaisie (Banque centrale de Malaisie) vers la fin de 1993. En 1994, les primes produites par la bancassurance ont représenté moins de 2% de nouvelles primes dans le secteur de l'assurance vie.

(1) Philippe Trainar « La bancassurance : généralisation ou déclin du modèle ? », SCOR Papers N°2, août 2008, p6.

(2) Lim Kah BOON et autres « user acceptance of bancassurance in malaysia », international conference of management, economics and finance, 15 et 16 octobre 2012, hilton hotel, kuching, sarawak, Malaysia, pp1-9.

Par la suite, la pénétration de la bancassurance dans le secteur de l'assurance vie a réalisé une croissance remarquable. À la fin 2004, la bancassurance s'est transformée en un canal de distribution primaire dans l'assurance vie, capturant 48% de nouvelles primes.

Cependant, sur l'assurance non vie la pénétration est restée faible à l'image d'autres marchés de bancassurance dans le monde. Elle présentait seulement 7% de l'industrie brute des primes en 2004.

Les conducteurs principaux derrière la croissance de bancassurance en Malaisie proviennent des nouveaux débouchés et d'une puissance concurrentielle qu'elle présente. Les banques et les assureurs cherchaient à maintenir ou augmenter leurs parts de marché dans un environnement de plus en plus dynamique. La nature à long terme de l'assurance vie s'ajoute favorablement à la stabilité de revenu, plusieurs banques ont cherché à compléter leurs revenus avec des commissions de bancassurance.

Les banques peuvent également augmenter leurs offres traditionnelles de produit pour inclure l'assurance complémentaire afin de satisfaire les besoins plus divers de leurs clients. Ceci augmente le nombre de clients et les fidélise en fournissant des services complets de gestion de richesse correspondant au cycle de vie des clients.

Une autre attraction principale de la bancassurance est la capacité d'une utilisation plus productive de la base de données clients pour augmenter sensiblement le revenu relativement à des coûts plus bas.

Pour les assureurs, la bancassurance donne une occasion d'augmenter leur base de données clients. Cette base constitue un potentiel d'un marché fleurissant pour les assureurs. Ce potentiel est encore augmenté par le fait que moins de 8% de Malaisiens, qui utilisent les opérations bancaires, estiment qu'ils ont des rapports avec des banques qui incluent des produits d'assurance.

La qualité et l'organisation d'information de client tenue par des banques est particulièrement appropriée, elle permet à des assureurs de segmenter leurs marchés par profils des clients et de concevoir les produits qui peuvent être adaptés à leurs besoins.

En définitive, en Malaisie, la bancassurance a permis :

- une plus grande stabilité de revenu,
- d'augmenter les offres de produits et la base de clients,
- une utilisation plus productive de base de données de client et réseau d'agences,
- d'augmenter les capacités de segmentation des marchés et soutenir une conception de produits plus efficace,
- d'abaisser les coûts de distribution,
- d'offrir également des bénéfices aux consommateurs sous forme d'accès commode à une large gamme de services financiers intégrés proposés par un seul fournisseur.

2-1-2) La bancassurance en Inde

Les réformes opérées dans le secteur d'assurance indien, durant les années 90, ont mené à l'ouverture du secteur pour la participation du privé. Cette ouverture a apporté des changements principaux dans la conception des produits disponibles sur le marché et la façon dans laquelle elles sont lancées. L'Inde dispose aujourd'hui d'une panoplie de produits couplés à un grand nombre d'intermédiaires qui les lancent sur le marché. ⁽¹⁾

L'énorme confiance que les banques ont dans les esprits du public est un motif important, c'est pourquoi les compagnies d'assurance cherchent à entamer des associations étendues d'opérations bancaires. Les banques, à leur tour, constatent que les clients apprécient la fourniture des services financiers intégrés aux branches de la banque qui établit alternativement de meilleurs niveaux de fidélité des clients. Les compagnies d'assurance et les banques constatent ensemble que leur collaboration à fournir un paquet des produits à leur clientèle maximise également leurs bénéfices.

La bancassurance apparaît comme le meilleur vecteur de distribution en Inde. Plus de 25% ⁽²⁾ des primes générées par les compagnies privées proviennent de la bancassurance. Les projections indiquent que cette activité sera à l'origine de 60% des encaissements d'ici 2020.

(1) Abheek BARUA, « bancassurance new concept catching up fast in india », the chartered accountant N° 1348, juin 2004, pp1-4.

(2) Hans DE CUYPER « Bancassurance Global to Local », Mayban Fortis, 11 juillet 2007, p5.

2-1-3) La bancassurance en Chine

La Chine se met à la bancassurance à une grande vitesse. Apparue en 2001, ce mode de distribution est aujourd'hui incité par les nouvelles mesures de libéralisation du secteur. Du coup, la bancassurance capte plus de 25% de l'activité d'assurance chinoise en 2006. ⁽¹⁾

Une cascade d'accords est conclue entre les banques et les compagnies d'assurance dès 2006, à la faveur de la loi sur la libéralisation des investissements. Les deux grandes entreprises de l'assurance vie, China Life Insurance et Pin An Life, ont multiplié leurs prises de participation dans des banques chinoises.

De fait, un boom de la bancassurance est attendu dans les prochaines années. Les prévisions les plus pessimistes avancées par les organismes professionnels chinois tablent sur une croissance de 14 % par an.

Les compagnies nationales détiennent 96% du marché de bancassurance. Cette situation déséquilibrée provient en grande partie de l'interdiction pour les étrangers d'acquérir plus de 25 % du capital de sociétés locales. Conséquences de ce déséquilibre s'est traduit sur le terrain par une mauvaise qualité de service de bancassurance du fait de la capacité limitée du personnel bancaire à vendre de l'assurance. De plus, la culture commerciale au sein des banques, sans compter les taux de commission élevés exigés par les établissements de crédit. ⁽²⁾

2-1-4) La bancassurance au Japon

L'assurance vie et le marché de pensions au Japon est le deuxième plus grand au monde, donnant de ce fait des occasions significatives à ceux qui peuvent capturer même de petites parts de marché.

La déréglementation lente du marché fournit des possibilités pour les assureurs étrangers, qui tirent profit de l'industrie locale mal portante et de leur expérience des marchés internationaux pour entrer dans le nouveau produit et les secteurs de distribution. ⁽³⁾

(1) Didier Burg « La bancassurance fait un tabac en Chine », l'argus de l'assurance, 29 septembre 2006.

(2) Olivier SASPORTAS « Le modèle de la bancassurance s'affirme en Chine », L'AGEFI Quotidien, 14 septembre 2010.

(3) Yumi NAGAOKA « Bancassurance in Japan - Where Are the Opportunities for Foreign Competitors? », SKU- DFMN, Japon, novembre 2005, pp 38-50.

2-2) Les différents modèles et produits de la bancassurance en Asie

2-2-1) Les modèles

Nous pouvons distinguer plusieurs stratégies et modèles de bancassurance adoptés par les pays asiatiques.

Les trois modèles prédominants de bancassurance actuellement trouvés en Malaisie et en Inde sont classés comme suit : ⁽¹⁾

2-2-1-1) Arrangements de référence

Les arrangements purs de distribution fournissent à des banques et à des compagnies d'assurance un potentiel de vente additionnel avec le minimum d'investissement. Dans le modèle de référence, les banques ne prennent pas du risque. C'est un simple arrangement, où la banque permet à la compagnie d'assurance d'utiliser la base de données clients en contrepartie de commissions.

En fait, cette stratégie est considérée en Inde comme un précurseur à l'entame d'autres stratégies plus intégrantes.

2-2-1-2) Alliances de distribution

L'autre forme de distribution participative sans prise du risque est celle de l'agence de corporation où le personnel de la banque est formé à évaluer et vendre les produits d'assurance aux clients. Ici la banque en tant qu'établissement agit en agent de corporation pour vendre des produits d'assurance en contrepartie d'honoraires ou commissions. Ceci semble être plus viable et approprié pour la plupart des banques en Asie

Cependant, ce modèle présente un peu de difficultés sous forme de connaissances professionnelles au sujet des produits d'assurance. En outre, la résistance du personnel à la poignée service/produit totalement nouvelle n'a pas pu être éliminée. Ceci a pu, cependant, être surmonté par le personnel choisi et puissant de formation.

(1) A. KARUNAGARAN « Bancassurance : a feasible strategy for banks in India ? » Occasional Papers Vol. 27, No. 3, Winter 2006, pp5-9.

Ce modèle est adapté par la majorité des banques comprenant une taille moyenne, il n'exige ni un investissement énorme, ni infrastructure complémentaire et il ne comporte pas de risque pour la banque.

2-2-1-3) Services intégrés

Indépendamment des deux modèles ci-dessus, ici le service financier est entièrement intégré, il implique un rapport beaucoup plus complet et plus complexe entre assureur et banque, où les banques auront un compte pour l'activité, ce modèle se concrétise par la création de filiales en coopération avec les compagnies d'assurance ou par les banques elles-mêmes.

Les banques asiatiques, que ce soit privées ou publiques, ont déjà pris une avance dans le recours à ce type de bancassurance.

Dans cette stratégie, la banque pourrait se servir de sa pleine capacité pour tirer des avantages de la synergie et donc les économies d'échelles.

Ceci peut convenir à des banques relativement plus grandes avec des finances saines et a une meilleure infrastructure, internationalement intégrées.

En Inde, cette stratégie encourage l'implantation des bancassureurs étrangers, du moment qu'une compagnie étrangère ne pourrait accéder au marché d'assurance indien seulement sous forme de joint-venture.

2-2-2) Les produits

Les produits d'assurance distribués par les banques asiatiques peuvent être classés sous deux catégories : ⁽¹⁾

2-2-2-1) Produits d'assurance autonomes

Dans ce type de produits, la bancassurance implique le marketing des assurances par l'arrangement de référence ou l'agence de corporation. L'assurance est vendue sous le nom d'un article dans le menu des produits offert aux clients de la banque.

(1)Patrice LEROUGE «la maturité de la bancassurance», banque stratégie N°182, mai2001, pp10-13.

Cependant, les produits des banques et d'assurance auront leurs marques respectives. Aussi, par exemple, la banque indienne De Karur Vysya vend les produits d'assurance vie de Birla ou les produits d'assurance non vie de la compagnie d'assurance générale de Bajaj Allianz.

2-2-2-2) Produits non autonomes

Avec l'intégration financière des pays asiatiques, l'assurance n'est pas regardée comme un produit standard, mais comme un article important sur un menu financier composé de produits qui aide les clients à mélanger et créer une brochure des actifs financiers, à contrôler leurs risques financiers et planifier leur sécurité et bien-être.

Cette stratégie vise à mélanger des produits d'assurance avec des produits de banque tout en favorisant ses propres produits. Ainsi, les banques ont pu vendre les produits d'assurance sans efforts additionnels.

Dans la plupart des cas, offrir une couverture d'assurance contre une prime minimale ou parfois nulle agit en tant qu'attraction supplémentaire pour vendre les produits de la banque, par exemple, carte de crédit, crédits logements, prêts d'éducation, ...etc.

En effet, en Inde, les détenteurs de la carte de crédit obtiennent la couverture d'assurance contre une prime minimale ou implicitement incluse dans les honoraires annuels. De même les prêts immobiliers/prêts de véhicule ont également été emballé avec la couverture d'assurance comme incitation additionnelle.

Les produits de bancassurance en Malaisie peuvent être classés par catégorie : en effet, nous trouverons des produits d'assurance de crédit à la consommation souscrits par des emprunteurs en liaison avec les crédits immobiliers, les prêts de véhicule et les facilités de caisse fournis par les banques. Néanmoins, les produits d'assurance vie représentent la grande part.

Les autres produits consistent principalement à couvrir les risques liés à l'éducation et à la maladie.

2-3) Perspectives et limites de la bancassurance en Asie

2-3-1) Les perspectives

Le marché asiatique de bancassurance est indicatif d'une étape relativement avancée du développement. Ce marché est caractérisé par un niveau de pénétration élevé, par une gamme de produits élargie et par des modèles d'organisation spécifiques.

La bancassurance évolue toujours en Asie. ⁽¹⁾ Un grand nombre de banques publiques et privées engageaient la bancassurance sous une forme ou sous une autre.

Que ce soit en Inde, en Malaisie ou en Chine, les banques généralement recourent aux modèles de référence ou de corporation.

Les banques ont l'expertise sur les besoins financiers, sur les modèles économiques et sur les étapes de vie des clients qu'elles servent. En clair, c'est quelque chose que les compagnies d'assurance (privées et étatiques) trouveraient presque impossible de réaliser sur leurs propres moyens. Les banques ont également des coûts de distribution beaucoup inférieurs à ceux des compagnies d'assurance.

Jusqu'à l'entrée des assureurs privés, les compagnies d'assurance étatiques se sont fondées seulement sur la force des agences et sur leurs propres employés. Mais les agents et les employés ont leurs limites. Après un moment, les compagnies d'assurance étatiques moins agressives ont vu leurs ventes diminuer. Profitant de cette situation, les banques ont exploité leur base de clients grandissante pour développer la vente de produits d'assurance.

Le concept des opérations bancaires universelles qui a parvenu de l'Europe commence lentement à évoluer dans les systèmes financiers asiatiques en offrant la perspective des achats peu coûteux pour tous les services financiers.

(1) A. Karunagaran , opcit,P8.

La bancassurance a le potentiel d'être un canal de distribution efficace en Inde, en Malaisie et en Chine, particulièrement en raison du réseau étendu, établi au cours des années. Les compagnies d'assurance doivent tirer profit de la confiance à long terme et des rapports des clients avec les banques.

L'apparition d'arrangements, et de croissance des connexions entièrement intégrées de bancassurance sont comparables à des marchés plus développés de bancassurance en l'occurrence ceux européens.

Les facteurs de concurrence sont pour quelque chose derrière la croissance de bancassurance en Asie.

En outre, les perspectives pour la croissance et le développement ultérieurs de la bancassurance demeurent également fortes à cause de :

- le bas taux de pénétration d'assurance vie, couplé à l'augmentation sensible des besoins des consommateurs, constituent un grand potentiel inexploité du marché.
- choisir les rapports de produit, principalement sous forme d'épargne ou de comptes courants, continue à dominer la banque de détail en Malaisie, en Chine, en Inde et au Japon, soulignant la portée qui existe toujours pour les banques.
- le niveau élevé de confidentialité et de la confiance généralement placés par le public dans les banques encouragent les consommateurs à souscrire des produits d'assurance avec un contenu de l'épargne (jumelage avec l'assurance et les opérations de banques).

Le développement de la bancassurance est entrepris dans le contexte des efforts pour favoriser l'efficacité du système financier en Asie. Dans cet esprit, des mesures de normalisation concernant la bancassurance sont visés dans beaucoup de pays asiatiques à l'instar de la Malaisie, en réalisant un canal alternatif rentable pour la distribution des produits d'assurance pour compléter des produits d'opérations bancaires, tout en faisant rencontrer la gestion des richesses et les besoins des consommateurs. Nous nous attendons à ce que ceci, alternativement, contribue vers plus de diversification et de l'efficacité de l'épargne à travers le secteur financier.

2-3-2) Les limites

L'apparition des banques comme instigateurs des compagnies d'assurance et de la distribution des produits d'assurance par le modèle de corporation d'agence engendre également des problèmes de la concentration potentielle de la puissance économique et de la capacité des régulateurs de contrôler le risque. Un souci plus omniprésent à l'avenir est le potentiel pour le risque systémique dans l'économie. C'est un secteur qui exige la surveillance constante par les régulateurs.

Des problèmes sociaux, environnementaux et moraux sont de plus en plus identifiés comme une source de risque. Des procédures claires doivent être établies pour inclure de tels soucis en tant qu'élément du processus tout en examinant des associations de bancassurance. Les banques doivent également avoir des procédures claires et détaillées pour protéger l'intégrité des données de leurs clients et pour donner à des clients le choix quant au niveau de l'intimité qu'elles souhaitent apprécier.

Le grand potentiel inexploité pour l'assurance existe dans les secteurs ruraux et le réseau de branche dans ces secteurs est principalement sous la gestion de secteur public. Le succès du modèle, donc, dépendrait en grande partie de l'attitude des employés des entreprises de secteur public. L'efficacité du programme dépendra de la façon dont cette question est abordée.

Section 03 : La bancassurance en Amérique

3-1) Genèse de la bancassurance en Amérique

3-1-1) La bancassurance en Amérique latine

Les conditions pour la croissance rapide de la bancassurance en Amérique latine en général et en Argentine, Brésil, Chili, Colombie et en Mexique en particulier sont favorables et le marché de la bancassurance semble prêt pour une croissance importante. ⁽¹⁾

En effet, L'économie de la plupart des pays de l'Amérique latine se caractérise par :

(1) John O. Nigh « Bancassurance in Latin America », EMPHASIS, 2000/1, pp6-9

- un développement rapide des services financiers,
- une stabilité économique, sociale et politique,
- une croissance démographique considérable.

Tous ces changements, ainsi que les réformes démocratiques opérées dans de nombreux pays de l'Amérique Latine ont encouragé l'avènement et le développement des services financiers.

Les politiques gouvernementales à travers les régions cherchent à accroître l'épargne individuelle et par la déréglementation des services financiers, afin de permettre aux banques de souscrire des produits d'assurance directement ou indirectement.

Les banquiers et les assureurs ont profité des synergies positives à tirer de banques entrant dans le secteur de l'assurance et les assureurs se prévalant de la distribution bancaire.

En outre la pénétration de l'assurance est relativement faible dans toute l'Amérique Latine, en comparaison avec les pays développés comme les USA, le Canada et l'Espagne.

L'environnement réglementaire varie à travers l'Amérique Latine, mais généralement permet, à quelques exceptions et restrictions, la vente de produits d'assurance par la banque.

Nous passerons en revue quelques dispositions réglementaires de certains pays (Brésil, Argentine, Chili, Colombie et Mexique) en matière de bancassurance.

L'Argentine autorise la vente de d'assurance à la clientèle de base de la banque, mais seulement par le biais d'un intermédiaire. La distinction entre les deux activités est exigée.

Le Brésil autorise la vente directe des produits d'assurance aux clients de la banque en partenariat avec une compagnie d'assurance, la banque est un courtier inscrit au registre des courtiers d'assurance, ce qui n'est pas considéré comme un obstacle à la bancassurance.

Le Chili interdit la vente directe par une banque des produits d'assurances. La banque ne peut pas être directement propriétaire d'une entreprise d'assurance, mais une société holding peut détenir à la fois une banque et une compagnie d'assurance. La vente libre des produits d'assurance doit se faire par un intermédiaire secondaire ou d'un courtier, et les souscriptions de rentes associées au régime de sécurité sociale sont interdites.

En Colombie, les règlements concernant la bancassurance sont pratiquement identiques à ceux de L'Argentine, à l'exception que les règlements régissant la propriété sont les mêmes que ceux du Chili.

En Mexique, un groupe financier ou une société holding peut détenir des banques et des compagnies d'assurance, en plus des maisons de courtage et les sociétés de cautionnement. Le Mexique autorise la vente croisée de produits à chacune des bases clients respectifs. Bien qu'il n'y ait pas besoin d'un intermédiaire ou d'un courtier, elle exige un agent d'enregistrement sur chaque police d'assurance.

3-1-2) La bancassurance au Canada⁽¹⁾

Malgré les restrictions réglementaires considérables, la plupart des banques canadiennes sont impliquées dans la vente de l'assurance, directement ou par l'entremise de leurs filiales.

Plusieurs opérations de bancassurance ont été réalisées au Canada ces dernières années suite à la promulgation de la loi 188 en mai 2000 :

- implication des banques dans les assurances,
- vente de polices d'assurance par les filiales de courtage financier des banques,
- par acquisition: Groupe Financiers Banque TD en IARD, RBC Groupe Financier en assurance Vie,
- par coentreprise: Banque Nationale en assurance vie et non vie.

Depuis quelques années, nous observons l'émergence d'une certaine activité de type « assurfinance » au Canada, à travers notamment:

(1) Gilles BERNIER, Rencontre du « la bancassurance au Canada : mythe ou réalité, menace ou opportunité », rencontre de RCAQ, Québec, 12 janvier 2006.

- création de la Banque Manuvie du Canada,
- création de la Banque ING du Canada,
- entente de distribution entre Groupe Investors, Great-West, London Life et Banque Nationale du Canada (produits bancaires vendus sous la marque du distributeur),
- groupe IA qui offre des services de conception et d'administration de régimes de retraite à Trust Banque Nationale.

Au Canada, deux réalités législatives ont produit deux modèles de bancassurance: la loi qui gouverne les institutions à charte québécoises est plus permissive que la loi fédérale qui interdit la distribution via le réseau de succursales et impose des restrictions sur la sollicitation des clients de la banque en matière d'assurance.

Par contre, les banques canadiennes trouvent le moyen d'offrir des produits d'assurance à leur clientèle tout en respectant le cadre réglementaire. ⁽¹⁾

Aujourd'hui l'industrie des services financiers au Canada se compose déjà d'institutions financières intégrées.

En effet, les banques canadiennes ont davantage développé l'offre en assurance de dommages, exception faite de l'assurance-crédit, par contre l'assurance vie présente moins d'opportunités pour les banques canadiennes. Cela dit, le modèle d'affaires traditionnel des assurances vie est en perte de vitesse et il est soutenu par les restrictions réglementaires.

3-1-3) La bancassurance aux Etats-Unis d'Amérique ⁽²⁾

Aux Etats-Unis, les lois antitrust ⁽³⁾ ont longtemps empêché les banques de se rapprocher des institutions financières.

(1) Louis REGIMBAL « Bancassurance au Canada : Quelles leçons tirer de l'expérience française? Quelles opportunités pour exploiter davantage le modèle de bancassurance? », focus Services Financiers, SECOR Conseil, n°02, automne 2009, p1.

(2) Erik FIDEL « l'assurance, une opportunité pour les banque américaines », banque stratégie N°129, juillet-août 1996, pp28-29.

(3) La législation antitrust des Etats-Unis est une création américaine. Le législateur américain limite la liberté de commerce et de l'industrie là où il pense que l'exercice même de cette liberté, conduirait dans le domaine économique, à une concentration de pouvoir telle que cette liberté elle-même en serait détruite. Le but de la législation antitrust est de combattre certains abus de la liberté du commerce et de l'industrie, c'est-à-dire de sauvegarder et de développer la libre concurrence. IN Ernest WOLF « la législation antitrust des Etats-Unis et ses effets internationaux, Revue internationale de droit comparé, Volume 2, 1950, pp 440-477.

La vente d'assurance vie s'est donc développée principalement dans les réseaux de courtiers indépendants. ⁽¹⁾

En 1999, quand la réglementation s'est assouplie grâce au « Gramm-Leach-Bliley Act », les banques ont fait l'acquisition massive de courtiers.

Les banques voyaient dans cette diversification une source de revenus profitable, non soumise au risque et à la fluctuation des taux qui caractérisent leurs activités de prêts. Les données sur la création de valeur dans les transactions de fusions/acquisitions leur donnent raison. En fait, des études ont démontré que la valeur créée par ces acquisitions banques-assurances est en moyenne supérieure aux cas d'acquisitions entre banques.

Les opportunités de croissance de la bancassurance aux Etats-Unis restent considérables. Mais la croissance des primes d'assurance vie en mode bancassurance a été très faible aux Etats-Unis depuis 10 ans.

Si les plus grandes banques américaines sont bien engagées dans la distribution de produits d'assurance, c'est par le biais de leurs réseaux de courtiers et non via leur réseau bancaire.

Par ailleurs, la grande majorité des banques américaines sont de taille modeste (plus de 92% des banques commerciales américaines ont moins d'un milliard de dollars d'actifs) et beaucoup d'entre elles seraient ainsi incapables de tirer pleinement profit du modèle de bancassurance.

De plus, la moitié des clients potentiels ne savent pas que leur banque est susceptible de leur proposer des produits d'assurance, à cause de l'utilisation massive de l'internet et l'absence du contact direct avec le conseiller de la banque. ⁽²⁾

Aujourd'hui, plusieurs banques et groupes financiers américains se sont lancés dans la vente de produits d'assurance, notamment : ⁽³⁾

- l'agence d'assurance de la caisse d'épargne de Carteret,
- la banque du programme de l'Amérique avec GNA.

(1) MICHAEL D. WHITE « bancassurance in the USA and abroad », Proceedings of the 2nd international life insurance conference "marketing peace of mind," London, England, mars 1990, pp1-12.

(2) Christophe BRAOUEZ, opcit, p24.

(3) Jean-Pierre Sablé « Bancassurance au Canada : Quelles leçons tirer de l'expérience française? Quelles opportunités pour exploiter davantage le modèle de bancassurance? », focus Services Financiers, SECOR Conseil, n°02, automne 2009, p2.

- la banque de CalFed a converti le personnel en vendeurs d'assurance autorisés,
- la banque Grandfathered sous BHCA,
- la Sécurité Pacifique a créé sa filiale banque dans les états de Washington de l'Arizona et de l'Orégon,
- l'activité d'assurance bancaire présente des occasions pour des assureurs, comme Mutuel de New York (MONY),
- plusieurs compagnies et banques étrangères, essentiellement européennes, sont présentes sur le territoire américain depuis les années 80 et proposent des produits d'assurance.

3-2) Les différents modèles et produits de la bancassurance en Amérique

D'une manière générale, les banques et les assureurs de l'Amérique Latine ont opté dans leurs stratégies de bancassurances pour trois structures de base : ⁽¹⁾

- coentreprise de bancassurance: un accord de distribution entre la banque et l'assureur (de loin les plus fréquents accords, mais pas les plus réussis), ce genre de structures a été formé en Mexique et en Chili,
- une coentreprise dans laquelle la banque et l'assureur ont la propriété commune (joint-venture) (la moins courante et la plus complexe, mais c'est celle qui a eu plus de succès),
- une disposition dans laquelle une société holding possède à la fois la banque et l'assurance (une structure répandue en Amérique latine, mais pas aussi réussie).

Quant aux produits distribués par les banques aux États-Unis et au Canada ont trait à la capitalisation et à la retraite.

3-3) Perspectives de la bancassurance en Amérique

Le niveau de pénétration de l'assurance en Amérique latine est tel que les perspectives de l'assurance en général sont prometteuses. En outre, la démographie, les forces politiques et économiques et réglementaires ont créé un environnement favorable à la bancassurance.

(1) Gilles BENOIST « la bancassurance : les nouveaux défis stratégiques », revue assurance et gestion des risques, HEC - Montréal, juillet 2002.pp193-206.

Les joint-ventures, les coentreprises d'assurance, les multinationales ont l'expertise nécessaire pour compléter les compétences des Banques latino-américaines dans le développement et le succès de bancassurance. Les possibilités existent, c'est aux banques et assureurs de les exploiter à l'avenir.

Un développement plus rapide du modèle de bancassurance aux Etats-Unis devra passer par des canaux bancaires, en complément des réseaux de courtiers. Le défi est lancé déjà depuis plusieurs années, puisque les conseillers indépendants vendent la majorité de l'assurance vie, mais aussi la majorité de l'épargne.

Les grandes banques américaines devront donc créer leur propre filiale d'assurance vie ou racheter des compagnies pour réussir à tirer pleinement profit du modèle bancassurance. Le moment n'est probablement pas encore arrivé.

Etant donné l'envergure de la crise financière, la raréfaction de la ressource capitale et les nouvelles réglementations qui suivront probablement, il y a peu de chance que les banques américaines utilisent leurs capacités financières pour augmenter leurs investissements dans l'assurance.

Cependant, les banques américaines pourraient alors se faire prendre de vitesse par des assureurs vie qui cherchent à développer des activités bancaires de gestion de patrimoine pour gagner des parts de marché auprès de certains segments de clientèle à l'exemple des retraites.

Quant au Canada, les perspectives de la bancassurance semblent encourageantes, l'environnement se caractérise par : ⁽¹⁾

- recrutement difficile et en baisse,
- plus faible pourcentage de Canadiens ont un conseiller financier personnel,
- une clientèle moyenne souvent délaissée (surtout en assurance de personnes et gestion d'actifs),
- risque d'insatisfaction potentiellement croissant des consommateurs face à leurs nouveaux besoins (retraite et santé).

(1) Gilles BENOIST, op.cit, pp205-206.

Pour les raisons ci-dessus citées et afin de développer davantage la bancassurance en Amérique, il est recommandé de procéder à ce qui suit :

- ouverture du marché pour les autres distributeurs,
- donner le droit aux banques d'entrer encore plus directement sur le marché de l'assurance (informer et vendre en succursale),
- les consommateurs veulent bénéficier des conseils d'un représentant, de préférence recommandé par leur institution financière,
- certaines banques ne choisiront que l'option de distribuer certains produits spécifiques conçus et souscrits par des assureurs spécialisés (autant en vie qu'en IARD), d'où de nouvelles opportunités d'affaires pour les assureurs qui se tourneront vers ces banques,
- à long terme, même les institutions plus locales deviendront davantage intégrées.
- l'assurfinance devrait aussi continuer de se développer au Canada.
- si les banques obtenaient le droit d'entrer encore plus directement sur le marché de l'assurance, cela engendrerait à court terme fort probablement une menace qui forcera les intervenants à réfléchir quant à leur positionnement concurrentiel et à leurs stratégies de développement.

Section 04 : La bancassurance au Maroc

4-1) Genèse de la bancassurance au Maroc

A l'instar de ce qui se passe en Europe, les banques marocaines manifestent un grand intérêt pour la bancassurance. Elles investissent de plus en plus dans ce créneau en signant des conventions avec les compagnies d'assurance pour vendre à leurs clients un certain nombre de produits d'assurance.⁽¹⁾

Au Maroc, la bancassurance a pris naissance durant les années 70 avec le lancement par des banques de la convention de rapatriement des corps, produit destiné à fournir l'aide nécessaire aux marocains résidents à l'étranger.

Depuis, la bancassurance n'a cessé de se développer. Actuellement, pratiquement toutes les banques distribuent des produits d'assurance.

(1) Noureddine DENOUN « La bancassurance au Maroc, entre la loi bancaire et le code des assurances », L'Economiste du 13.02.2003.

De nombreuses alliances ont déjà vu le jour, nous pouvons citer entre autres :

- Wafa Banque avec Wafa Assurance,
- La Banque Populaire avec ALAMANE,
- la Banque Marocaine du Commerce Extérieur(BMCE) avec Royale Marocaine d'Assurance,
- la Banque Commerciale du Maroc avec la Compagnie Africaine d'Assurance.

Au début des années 90, la plupart des assureurs disposent d'un département bancassurance chargé de la prospection des réseaux bancaires, le lancement des produits, du suivi commercial, de la gestion des produits (adhérents et primes) et de la gestion des sinistres de la clientèle bancaire. ⁽¹⁾

Le recours au réseau bancaire présente moins de coûts aux assureurs, ces derniers s'acquittent en effet de commissions d'intermédiation inférieures à celles versées aux courtiers et aux agents généraux.

4-1-1) L'environnement juridique

Les deux partenaires à savoir les banques et les compagnies d'assurance partagent l'objectif principal qui consiste à vendre des produits d'assurance à travers le réseau des agences bancaires. ⁽²⁾

Or chacune des deux activités est soumise à un régime juridique propre qui lui accorde une exclusivité de principe. La bancassurance doit donc se mettre en œuvre dans le respect des règles du droit bancaire et sans enfreindre les prescriptions du droit des assurances.

L'examen respectif du cadre juridique de l'activité bancaire, puis celui des assurances nous permettra de comprendre d'une part, dans quelles mesures les banques peuvent vendre des contrats d'assurances de personnes, d'autre part, quelles sont les précautions à prendre par une banque qui désire diffuser des contrats d'assurance dommage.

(1) BOUCHAIB EL YEFI « la Bancassurance marocaine : Ses atouts, ses enjeux et ses défis », la gazette, 13 janvier 2003.

(2) Hassan BOUCHACHIA « La bancassurance bute sur l'assurance-dommages », Édition N° 319 du 26/02/1998.

4-1-1-1) Avant le 07 Novembre 2002 : La loi bancaire de 1993

Les articles 1 à 12 de la loi bancaire de 1993 ⁽¹⁾ (portant loi n° 1-93-147 relative à l'exercice de l'activité des établissements de crédits et de leur contrôle) délimitent les opérations que peuvent effectuer lesdits établissements. L'intermédiation en assurance n'y figure absolument pas.

Cela n'a pas empêché les banques à placer les produits correspondants. En effet, les établissements de crédit peuvent présenter au public des opérations d'assurance après l'obtention d'un agrément de l'administration à cet effet.

Pour cet agrément, Barid Al-Maghrib (la poste du Maroc) et les banques doivent justifier à l'administration de l'existence de structures au niveau de leurs services destinées à présenter des opérations d'assurance mais qui sont limitées aux assurances de personnes, à l'assistance et à l'assurance-crédit.

D'un point de vue orthodoxe, les banques opéraient donc « illégalement » et la loi bancaire n'était pas respectée au sens strict. Cependant, le 3ème alinéa de l'article 6 de la loi précitée allait être une échappatoire pour les banques. En effet, il dispose que les établissements de crédit peuvent aussi effectuer, sous réserve du respect des dispositions législatives et réglementaires applicables en la matière, les opérations connexes à leur activité, tels que le placement, la souscription, l'achat, la gestion, la garde et la vente de valeurs mobilières ou de tout produit financier.

Les banques justifiaient donc leur position en se présentant en tant que simples souscripteurs de produits d'assurance pour le compte de leurs clients.

Cette situation confuse arrangeait, en fait, les trois acteurs principaux que sont les assurances, les établissements de crédits et la banque centrale.

Les premiers trouvaient dans les banques un réseau de proximité, géographiquement bien implanté et disposant d'un portefeuille-clients important pour vendre leurs produits.

(1) Thami YAHYAOUÏ « les code des assurances, principales nouveautés », ALMALIYA, revue trimestriel du MFP « secteur financier », N°2 octobre 2005, p73.

Les établissements bancaires généraient des bénéfices considérables grâce aux rémunérations facturées aux clients, satisfaisant ainsi la banque centrale soucieuse entre autres du dynamisme du secteur bancaire.

4-1-1-2) Après le 07 Novembre 2002 : Le nouveau code des assurances

Le code des assurances en 2002 (1-02-238 du 03 Octobre 2002 portant promulgation de la loi n° 17-99 portant code des assurances et publié au bulletin officiel le 07 Novembre) a introduit ce terme pour la première fois, ce nouveau code est venu clarifier l'ambiguïté légale sur le rôle des banques en matière d'assurance. ⁽¹⁾

A l'aide de l'article 7 de la loi bancaire qui stipule : « Les établissements de crédit peuvent aussi effectuer, sous réserve du respect des dispositions législatives et réglementaires applicables en la matière, les opérations connexes à leur activité, telles que : la présentation au public des opérations d'assurance de personnes, d'assistance et d'assurance-crédit. »

Et de l'article 289 de code des assurances qui stipule : « les opérations d'assurance autres que celles afférentes aux assurances de personnes, à l'assistance et à l'assurance-crédit, ne peuvent être présentées aux banques et à Barid Al-Maghrib que par les intermédiaires d'assurances définis à l'article 291».

Donc à chaque fois que la banque peut démontrer la relation d'un contrat d'assurance avec une opération bancaire, celle-ci peut être qualifiée de connexe. Ces produits peuvent être obligatoires ou volontaires comme par exemple assurance de personne, assurance-crédit et l'assistance.

L'annexe des produits d'assurance figure dans l'article 9 de la loi bancaire qui stipule : « Les établissements de crédit peuvent être autorisés à effectuer des opérations autres que celles visées aux articles premier et 7 de la loi bancaire ».

Donc l'article 9 permet de commercialiser les produits extra bancaires comme les assurances. Cependant, les banques ne peuvent pas être à la fois vendeur et souscripteur de contrat.

(1) Thami YAHYAOUI, opcit, p68.

Les banques ne peuvent qu'encaisser les primes et régler les sinistres dans le cadre de contrats individuels pour le compte des compagnies d'assurances contre une commission, et pour ce faire, il faut demander un agrément qui devait être déposé à la direction des assurances et de la prévoyance sociale (DAPS) conformément à la loi. Pour obtenir cet agrément, les établissements bancaires devaient justifier d'une structure adéquate et d'un personnel qualifié et apte à conseiller les clients concernant la souscription des produits d'assurance.

En vertu de l'article 109 de la loi bancaire, les établissements bancaires ne peuvent pas commercialiser les produits d'assurance dans le cadre d'un contrat groupe négocié avec les compagnies, toutes catégories confondues. Les contrats doivent être individualisés.

Les établissements bancaires ont créé leurs propres bureaux de courtage. Il s'agit de cabinets «captifs», visant à contourner l'article 109 et de leur permettre de percevoir des commissions et de pouvoir commercialiser n'importe quel type de produit d'assurance. Ainsi les banques préservent les revenus des activités bancassurance.

Selon l'article 299 de code des assurances : « La société de courtage doit être constituée sous la forme de société anonyme ou de société à responsabilité limitée. ».

Et selon l'article 304 : la société de courtage est régie par le droit marocain et avoir son siège au Maroc, elle doit avoir cinquante pour cent (50%) au moins du capital détenu par des personnes physiques de nationalité marocaine ou des personnes morales de droit Marocain.

Les banques ne peuvent pas encaisser un montant de prime supérieur à celui fixé par la compagnie d'assurances, et ce conformément à l'alinéa 3 de l'article 302 de code des assurances.

4-1-2) Le cadre fiscal ⁽¹⁾

Pour encourager la distribution des produits d'assurance par les banques, le Royaume du Maroc a mis en place des mesures fiscales incitatives pour ce genre de produits.

(1) Afifa Dassouli « Bancassurance : les derniers chiffres d'un secteur en plein essor », la nouvelle tribune, 16 juillet 2007.

En effet, tout changement fiscal peut influencer de façon positive ou négative l'essor de la bancassurance, donc son développement reste fortement conditionné par le cadre fiscal surtout de l'assurance vie ou de retraite. Parmi les mesures fiscales on retrouve :

4-1-2-1) La fiscalité des produits retraite

Les avantages fiscaux sont probants pour un produit d'épargne retraite et sont incomparables avec les produits d'organismes de placements collectifs de valeurs mobilières(OPCVM) qui sont, eux, fiscalisés. En effet, l'épargne retraite est totalement défiscalisée en cas de non-déduction des cotisations du revenu.

4-1-2-2) La fiscalité des produits d'épargne autre que la retraite

Les produits d'épargne autre que ceux de retraite sont totalement exonérés de l'imposition sur le revenu(I.R) après 10 ans de souscription.

Si le client liquide ou rachète l'épargne constituée au titre des contrats précités avant 10 ans de souscription la plus-value correspondante (c'est-à-dire le cumul des intérêts perçus) demeure imposable à l'I.R.

4-1-3) Le cadre comptable

Introduire de nouveaux produits à la gamme des services bancaires, surtout qu'il s'agit des produits d'assurance où le cycle de production est inversé, comme nous l'avons expliqué au premier chapitre, nécessite une comptabilisation particulière.

L'enregistrement comptable des opérations de ventes des produits d'assurance par les banques se fait de la manière suivante :

1. la banque signe un contrat avec les clients et reçoit une prime,
2. transfère les primes pour la compagnie d'assurance,
3. le siège reçoit la commission sur la totalité des primes collecté par les succursales,
4. le siège transfère à la banque régionale sa part des commissions.

4-1-4) Le cadre financier

La bancassurance ne résulte pas d'une organisation complètement nouvelle des affaires des banques ou des assurances nationales. Il s'agit d'un aménagement de l'organisation destiné à approfondir et à élargir la gamme des produits dans les domaines financiers ainsi qu'à exploiter les gisements d'économies.

Les relations d'affaires entre établissements bancaires et compagnies d'assurance ont commencé à évoluer, à la faveur de la déréglementation et de la libéralisation progressive des activités financières.

Les banques étaient encouragées dans leur démarche par le développement du crédit et des marchés des capitaux nationaux. Dans le même temps, on assiste à l'apparition de produits d'assurances qui offraient la possibilité de bénéficier de taux de rentabilité aussi élevés que ceux qui sont proposés par les compagnies d'assurance, assorties à l'occasion de multiples garanties. Mais l'érosion des marges, dans les deux branches, suite à la baisse des rendements des actifs de placement, a poussé banquiers et assureurs à revoir leurs stratégies. Ainsi, les banquiers et les assureurs découvrant dans la bancassurance une nouvelle manière de développer leurs activités, grâce aux avantages que leur procurent. L'objectif poursuivi étant celui d'utiliser les synergies dégagées par la taille des entreprises, par la facilité d'accès pour les clients et par l'élargissement de la base de la clientèle.

La coopération entre les deux branches visait aussi une utilisation plus rationnelle des fonds propres, de meilleures stratégies de placement des liquidités et une grande efficacité dans la production des services financiers.

4-2) Les différents modèles et les produits de la bancassurance au Maroc

4-2-1) Les modèles

Le modèle de bancassurance le plus adopté au Maroc c'est celui de prise de participations croisées. ⁽¹⁾

(1) Kamal Mouny « point de vue d'un chercheur universitaire sur l'évolution de la bancassurance au Maroc », séminaire sur l'intermédiation en assurance, faculté de droit de Casablanca, le samedi 14 février 2009.

En effet, deux des plus grandes banques locales, Attijariwafa Bank et BMCE Bank, sont les actionnaires principaux des deux plus importantes compagnies d'assurance du pays. RMA-Watanya détient 30% des parts de BMCE Bank, qui à son tour détient au moins 5% des parts de la deuxième plus importante compagnie assurance du royaume, en terme de ventes. En 2008, RMA-Watanya a contribué à hauteur de 1.5 milliard de dirhams (15 MilliardsDA) au chiffre d'affaires consolidé de BMCE Bank.

La compagnie d'assurances rivale, Wafa Assurance, qui a devancé RMA-Watanya en 2008 pour devenir la première compagnie d'assurances du pays en termes de ventes, est contrôlée à 79% par Attijariwafa Bank, la plus grande institution financière privée du royaume. Se faisant écho de la participation croisée entre BMCE Bank et RMA-Watanya, Wafa Assurance détient 21% des actions en circulation de sa société mère.

4-2-2) Les produits

Il y a certains produits d'assurance que les entités bancaires peuvent commercialiser et peuvent même mieux vendre : des contrats d'assurance vie, produits d'assurances liés aux crédits, à l'épargne pour le financement des études des enfants et à la retraite complémentaire, ils ne nécessitent en effet ni technicité ni compétence particulières. Pour les autres produits, comme les assurances responsabilité et dommages, les banques ne disposent pas au sein de leurs agences, de conseillers en assurance pouvant orienter les clients vers les produits adéquats, c'est pourquoi il fallait s'aligner avec les intermédiaires en assurance (agents généraux et courtiers), dans le cas où la banque crée son propre bureau de courtage.

Les banques marocaines ont développé des produits simples, avec des contrats facilement compréhensibles. Pour ce qui est des assurances de personnes, il s'agit des produits d'épargne retraite, d'épargne éducation, mais aussi des produits d'assurance décès et de santé. Nous pouvons citer entre autres⁽¹⁾, Famili compte, épargne retraite Tijari, compte Rachad, compte avenir jeune, Addamane Achaabi, assurance retraite, âge d'or, épargne retraite, épargne éducation, assurance décès, assurance santé, assistance Injad, multirisque profession libérale, assurance-crédit.

(1) Nouredine DENNOUN «A qui profite la bancassurance », séminaire sur l'intermédiation en assurance, faculté de droit de Casablanca, le samedi 14 février 2009.

Nous constatons que les produits d'assurance distribués par les banques marocaines sont relatifs à la fois aux opérations d'assurance vie et capitalisation (assurances individuelles, assurances de groupes, capitalisation et autres opérations), et aux opérations d'assurance dommages (automobile, accidents corporels, accidents du travail, transports, incendie, assurances des risques techniques, responsabilité civile générale, vol, grêle, crédit, assistance et autres).

4-3) Les perspectives de la bancassurance au Maroc

En dépit des efforts consentis par les assureurs et par les banques en matière de développement de l'assurance vie, qui est considérée comme le principal moteur de la croissance du secteur des assurances au Maroc, les chiffres démontrent le contraire. C'est bien l'assurance non vie qui continue de tirer le secteur vers le haut. En 2009, 90% de la croissance totale de l'assurance est représentée par la branche non vie. ⁽¹⁾

Néanmoins, entre 2005 à 2008, la branche vie et capitalisation ont vu leurs chiffres d'affaires multiplié par deux en passant de 3,26 milliards à 6,56 milliards de DH (65,6 milliards de DA). Cela ne peut s'expliquer que par l'effet de l'autorisation reçue par les banques et la poste, de vendre les produits d'assurances. ⁽²⁾

La bancassurance est amenée à se développer rapidement, puisqu'elle offre non seulement une solution à l'ensemble des besoins financiers, tout au long de la vie du client mais aussi pour faire face aux problèmes de prévoyance, d'assistance et de retraite.

Elle est également un accélérateur pour développer le secteur de l'assurance, surtout pour les particuliers. Cependant, son développement avait été jusque-là conditionné beaucoup plus par l'offre en interdisant aux banques de créer leurs propres filiales d'assurance afin de maintenir l'équilibre entre intermédiaires en assurance et banquiers. ⁽³⁾

(1) Bassine NDYAE « résultats des compagnies d'assurance, le secteur a connu mieux », la revue challenge du 12 au 18 juin 2010, p62.

(2) IBID, p63.

(3) Rachid ASSAD « Atouts et faiblesses de la Bancassurance. », séminaire sur l'intermédiation en assurance, faculté de droit de Casablanca, le samedi 14 février 2009.

Section 05 : La bancassurance en Tunisie

5-1) Genèse de la bancassurance en Tunisie

La réglementation, les avantages fiscaux et la position des autorités, sont des facteurs déterminants dans le processus de développement des deux activités. En Tunisie, ces conditions préalables à l'activité de bancassurance vie sont aujourd'hui satisfaites grâce à une panoplie de textes législatifs promulgués depuis quelques années. ⁽¹⁾

La bancassurance est considérée comme un moyen de développement et de promotion de l'assurance, elle est institutionnalisée en 2002 avec l'amendement du code des assurances.

En effet, la bancassurance a été organisée par le législateur dans l'article 69 du code des assurances tel que modifié par la loi N°2002-37 du 1er avril 2002 et la loi N°2003-80 du 29 décembre 2003.

Cet article stipule dans son paragraphe 4 que les opérations d'assurance peuvent être présentées au public par l'entremise des banques chargées, en vertu d'une convention, de conclure des contrats d'assurance au nom et pour le compte d'une ou de plusieurs entreprises d'assurance, quelle que soit sa forme, et ce, pour les branches d'assurance dont la liste est fixée par un arrêté du ministre chargé des Finances. Cette liste a été fixée par l'arrêté du 8 août 2002, les branches concernées sont : les assurances des risques agricoles, l'assurance-crédit et l'assurance caution, l'assurance assistance et enfin l'assurance sur la vie et la capitalisation.

Le secteur de bancassurance souffre d'un manque de promotion. Les tunisiens ne connaissent pas grand-chose sur les modalités et les avantages de ces services. Les responsables des banques et compagnies d'assurance devront consolider leurs efforts afin d'assurer plus de mobilité à la bancassurance.

(1) H.Tlili « La Bancassurance et l'assurance vie : toutes les chances pour réussir, qu'en disent les acteurs ? », revue : Africain Manager du 13/04/2009.pp-20-25.

La bancassurance occupe toujours une place marginale dans le marché tunisien des assurances. A la fin de l'année 2008, les primes émises par le secteur ont atteint 44,3 millions de dinars. ⁽¹⁾

La commercialisation des produits d'assurances par les banques a contribué à la hausse du chiffre d'affaires d'une façon claire. Le CA de la bancassurance en Tunisie a évolué de 29 MD en 2006, puis à 36,6 MDT en 2007, pour se situer à 44,3 MDT en 2008. Le CA de l'assurance vie a connu à son tour une évolution importante puisqu'il est passé de 28 MDT en 2006, à 34,3 MDT en 2007 et à 41,2 MDT en 2008. Ces évolutions ont permis à la part de la bancassurance dans le chiffre d'affaires global d'assurance d'évoluer de 3,6% en 2006, à 4,2% en 2007 pour atteindre 4,6 % en 2008. ⁽²⁾

5-2) Les produits et les modèles de la bancassurance en Tunisie

5-2-1) Les modèles

Le modèle le plus adopté en Tunisie est celui de la coopération en signant des conventions entre banques et assureurs pour distribuer les produits d'assurance par les guichets des banques.

En effet, juste après la promulgation de la loi 2002-37 du 1 avril 2002, et depuis la signature de la convention cadre entre les deux associations professionnelle fin 2003, plusieurs conventions ont été ratifiées, elles comprennent l'écoulement sur le marché de plusieurs produits d'assurance (plus de 50% de produits d'assurance vie dont produits d'assurance temporaire en cas de décès). 14 compagnies d'assurance, 13 banques et l'ONP (office national de la poste) ont ratifié ces conventions. ⁽³⁾

D'autres banques privées du pays ont préféré la stratégie de groupe en commercialisant les produits des compagnies d'assurance, détenues majoritairement par la maison mère, à l'exemple d'Amen Bank avec la Comar et Hayett.

(1) Walid Kefi « banque et assurance, décollage difficile de la bancassurance », la revue : Les Afriques du 31/10/2010.

(2) Amina HOSNI et autres « le secteur bancaire: Un secteur incontournable du paysage boursier Tunisien », revue de MAXULA BOURSE, Tunisie, décembre 2011, pp78-93.

(3) H.Tlili, opcit, p22.

La Banque internationale Arabe de Tunisie (BIAT) et la Banque de l'habitat ont, quant à elles, adopté la stratégie de la filialisation, en créant respectivement les compagnies BIAT-Assurances et Salim.

La poste a également signé une convention de distribution avec une compagnie d'assurances et a démarré son activité de distribution depuis janvier 2006. La poste commercialise actuellement deux produits d'assurance vie consistant en une rente éducation et un produit de retraite complémentaire. ⁽¹⁾

5-2-2) Les produits

En dépit de cette offre diversifiée qui a transformé les agences bancaires en un guichet unique où le client obtient des réponses à l'ensemble de ses besoins financiers, de nombreux produits, en dehors de l'assurance vie, demeurent quasiment boudés par les clients des banques malgré leurs prix intéressants.

Environ 95% des primes émises par les bancassureurs en 2008 proviennent des produits assurance vie liés aux crédits. ⁽²⁾

Le secteur pâtit essentiellement de la complexité des produits offerts, selon une enquête sur l'acceptabilité de la bancassurance réalisée en 2007 auprès d'un échantillon représentatif des tunisiens bancarisés. Cette étude a révélé que près de 60% des clients des banques sont insatisfaits des produits de la bancassurance en raison de leur complexité. ⁽³⁾

Les assureurs reconnaissent, de leur côté, qu'ils peinent à se défaire de la sophistication en terme de technicité.

Généralement, les compagnies d'assurances ne font pas preuve d'assez d'innovation pour mettre en place des produits faciles à comprendre pour le client, estime quelques responsables des banques tels que le directeur marketing de la compagnie tunisienne pour l'assurance du commerce extérieur(CTACE).

(1) Amina HOSNI et autres, opcit, p90.

(2) Walid Kefi, opcit.

(3) IBID.

La société tunisienne de banque (STB), liée par un accord de distribution à la société tunisienne d'assurance et de réassurance (STAR) constate que les clients boudent souvent les produits sophistiqués qui n'offrent pas une tarification lisible et une démarche de souscription simple, avec peu de formulaires à remplir. ⁽¹⁾

5-3) Perspectives de la bancassurance en Tunisie

L'importance de l'assurance vie comme vecteur important de mobilisation de l'épargne et du financement de l'économie est indéniable. Les autorités publiques tunisiennes en sont conscientes. D'ailleurs, ces dernières années, elles ont opéré une série d'aménagements à même de renforcer ces attributions. Cependant, et malgré les efforts, l'assurance vie reste encore au stade embryonnaire.

La part de marché de la branche demeure limitée avec 11,5% des parts du secteur des assurances en 2008.

Ce taux est peu reluisant par rapport à une moyenne mondiale avoisinant les 60%. C'est dire qu'il reste encore du chemin à parcourir dans ce domaine. ⁽²⁾

Etant donné l'importance de la branche assurance vie en tant qu'instrument important de mobilisation de l'épargne, des aménagements au niveau du code des assurances ont été opérés. Ces derniers ont été introduits en vue d'autoriser la bancassurance en 2002 et la post-assurance en 2004 en tant que moyens de commercialisation des produits d'assurance vie et d'instaurer un cadre légal clair et précis régissant les assurances collectives sur la vie à l'instar des pays développés.

Les autorités ont en outre accordé plusieurs avantages fiscaux et parafiscaux intéressants, lors de la souscription à ce segment. L'assurance vie est défiscalisée de bout en bout. Parmi ces avantages, le relèvement du niveau de la prime d'assurance vie déductible de l'impôt sur le revenu de 2.000D par an à 3.000D (loi de finance 2008) et l'exonération de l'impôt sur les revenus des prestations d'assurance sur la vie versées sous forme de rente (loi de finance 2004).

(1) Walid Kefi, OPCIT.

(2) IBID.

Les diverses mesures entreprises ont largement contribué à dynamiser le marché de l'assurance vie. Cela se répercute en premier lieu sur la croissance soutenue du chiffre d'affaires.

Ainsi, le chiffre d'affaires vie a enregistré une nette amélioration depuis le début des réformes (110,3 MD en 2008 contre 40,3 MD en 2001) avec un rythme de croissance supérieur à celui de tout le secteur des assurances. En effet, le taux de croissance moyen de la branche vie sur la période 2004-2008 a été de 18,9% contre 10,4% pour l'ensemble du secteur.

La part du marché de la branche assurance vie s'est, par ailleurs, améliorée en passant de 8,6% en 2001 à 11,5 en 2008.

Outre l'amélioration de la structure du portefeuille, nous pouvons signaler le développement du réseau de distribution. Les résultats enregistrés à ce jour montrent que l'introduction de la bancassurance et de la poste-assurance a joué un rôle de catalyseur au niveau du marché. Ainsi, La part du chiffre d'affaires vie issue de la bancassurance et de la poste-assurance a atteint 39% en 2008 contre 3,5% en 2005. ⁽¹⁾

Il faut désormais développer l'épargne longue via l'assurance vie, essentiellement à travers la capitalisation et la bancassurance.

Par ailleurs, d'autres conditions doivent être remplies pour que ces deux activités trouvent un terrain propice et donc un meilleur sort durant les années à venir. Le premier levier de cette croissance serait celui du taux de pénétration d'assurance vie, qui nécessitera une implantation géographique structurée et dense du réseau bancaire. L'image de la banque sur le marché devra, quant à elle, prendre l'allure de relations privilégiées des clients avec des produits simples et standardisés. Une forte intégration du système d'information ainsi qu'une formation adaptée pour le réseau bancaire devront aussi être considérées. ⁽²⁾

(1) H.Tlili, opcit,p24.

(2) IBID, p23.

Conclusion du deuxième chapitre

La bancassurance est inégalement développée dans le monde mais en progression un peu partout.

En Europe: France, Benelux et Espagne sont en tête de développement de la bancassurance. Encore limitée en Allemagne, Italie et Grande-Bretagne mais on y remarque une expansion apparente

Aux États-Unis, la bancassurance n'est pas aussi développée comme en Europe. Mais la levée des barrières réglementaires et la création de conglomérats financiers diversifiés la favorisent de plus en plus.

La réglementation est libéralisée à l'égard de la bancassurance dans plusieurs pays d'Asie (Japon, Indonésie, Malaisie, Singapour et Hong-Kong).

Progression rapide aussi en Amérique Latine suite à une réforme des retraites et au développement des pensions privées.

Quant aux pays maghrébins (Maroc et Tunisie), la bancassurance reste dans son état embryonnaire et beaucoup de choses restent à faire sur les plans : législatif, fiscal, comptable et financier.

Les principales raisons des écarts de développement de la bancassurance à travers le monde peuvent être résumées en les points suivants :

- les normes législatives et réglementaires,
- le niveau d'utilisation des nouvelles technologies,
- les différences significatives dans les systèmes fiscaux et dans la structure des régimes de retraite,
- la séparation très nette des rôles des différents modes de distribution freine le développement de la bancassurance (cas de l'Allemagne, du Japon et de l'Italie),
- l'entrée des assureurs étrangers dans des pays où le marché national de l'assurance est peu développé favorise les alliances avec les banques locales (Espagne, Amérique Latine),
- la culture assurantielle et comportement des consommateurs.

Troisième chapitre : L'environnement bancaire et financier algérien

Jusqu'au milieu des années 1990, à l'instar de l'ensemble de l'économie, le système bancaire en Algérie a connu une lente évolution caractérisée par une faible performance.

Nous allons présenter dans ce chapitre en premier lieu l'historique de ce système ainsi que les actions qui ont été prises durant la période de mutation, concernant l'évolution de la réglementation bancaire en Algérie, les organes de contrôle et de concertation, le paysage des banques et établissements financiers exerçant en Algérie et l'évolution de l'activité des banques et établissements financiers.

Par la suite, nous allons mettre en évidence les produits d'assurance qui pourraient intéresser les banques algériennes, comme première étape, vers l'introduction du concept de bancassurance, entre autres : assurances de personnes, assurances habitation, assurance des catastrophes naturelles, risques agricoles, assurance-crédit. Enfin, nous tenterons de démystifier les défis mondiaux auxquels se confronte le système bancaire algérien et son évaluation.

Section 01 : La formation et l'évolution du système bancaire algérien

Au lendemain de l'indépendance, l'Etat algérien a hérité des institutions financières et filiales bancaires étrangères, ces institutions ne pouvaient pas suivre le rythme avec les exigences du développement souhaité de l'économie algérienne naissante. Les autorités algériennes ont fait des efforts considérables pour relancer le développement dans tous les domaines. Elles ont créé quelques institutions financières et bancaires indispensables pour l'économie du pays, elles ont essayé de nationaliser quelque unes et de faire adapter d'autres. Enfin, ils ont essayé de créer un système bancaire conforme aux exigences du développement souhaité.

Partant de l'étatisation des années 70 à l'autonomie de 1988 et à la déspecialisation introduite par la loi 90-10 du 14 avril 1990, complétée et modifiée par l'ordonnance de 27 février 2001 et confortée par l'ordonnance N° 03-11 du 26 août 2003, la banque algérienne a connu beaucoup de transformations et d'évolution tant sur le plan réglementaire que structurel.

1-1) Evolution de la réglementation bancaire en Algérie

La réglementation bancaire a fait l'objet de plusieurs textes législatifs :

- La loi bancaire du 9 août 1986 définit le cadre juridique commun à l'activité de la banque et établissement de crédit quel que soit son statut légal.
- La loi du 22/01/1988, adopte le statut des établissements de crédit conformément à l'autonomie des entreprises publiques.
- La loi 90-10 du 14/04/90 renforce et clarifie le rôle des banques et des établissements financiers.
- L'ordonnance du 27 février 2001 complète la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit.
- L'ordonnance n° 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit a conforté le cadre légal de l'activité bancaire par le renforcement de la stabilité du système bancaire et, notamment, les conditions d'entrée dans la profession bancaire.
- décret exécutif N°7-153 du 22 mai 2007 fixant les modalités et conditions de distribution des produits d'assurance par les banques.
- l'arrêté N°60 du 6 août 2007 fixant les produits d'assurance autorisés à distribuer par les banques ainsi que le niveau maximum de commissions.

1-2) Evolution du système bancaire algérien

Le système bancaire algérien est passé par trois principales étapes :

- le système bancaire algérien au cours de la période 1962 -1969.
- le système bancaire algérien entre la période 1970-1986.
- les principales réformes du système bancaire algérien depuis 1986.

1-2-1) Le système bancaire algérien au cours de la période 1962-1969.

La caractéristique la plus importante de l'économie algérienne au lendemain de l'indépendance était la dépendance presque absolue à l'économie française, ainsi que la fragilité de l'infrastructure, le manque de certaines d'entre elles et le sous-développement en général. En tant qu'institutions héritées de l'étranger, Elles n'étaient pas en mesure de poursuivre leur activité.

Toutes ces insuffisances ont conduit les autorités algériennes, à travailler sur la rupture des liens de cette dépendance dans tous les domaines et aspects. ⁽¹⁾

Les premières mesures prises par le gouvernement algérien dans le domaine de la monnaie est la création de trésor algérien et la banque centrale en vertu de la loi algérienne N° 44/62 publié le 13 décembre 1962 ⁽²⁾, qui a permis aux institutions algériennes de surmonter les obstacles financiers auxquels elles sont confrontées immédiatement après l'indépendance.

Afin de se débarrasser de l'échec des banques étrangères basées en Algérie, les autorités algériennes ont créée, en 1963, le fonds algérien pour le développement afin de mobiliser les ressources financières locales (trésorerie de l'Etat) et externes(en particulier, de la France dans la première phase) d'une part et de diriger ces ressources pour financer des investissements d'autre part.

D'autres mesures ont été initiées par les autorités algériennes dans le but de limiter les importations et de contrôler le change. Tout ça pour maîtriser les ressources financières et les allouer d'une façon rationnelle.

Le pouvoir algérien n'était en mesure de recouvrer la souveraineté nationale complète que par l'émission de la monnaie nationale représentée dans le dinar Algérien, qui est entré en circulation depuis 1964, où la parité était fixée à une valeur de 18 grammes d'or qui est la valeur égale au franc français à l'époque. La banque centrale d'Algérie était chargée de la gestion et de l'émission de la monnaie nationale depuis sa création.

Devant l'intransigeance persistante et contraignantes des banques étrangères dans le financement des institutions économiques nationales, les autorités algériennes commençaient à prendre des mesures adaptées à la nature et à la phase vécue par l'économie nationale, ainsi que l'orientation économique et politique choisie par l'Algérie dans les années soixante. Parmi les premières mesures, nous retrouvons : ⁽³⁾

- création de la caisse nationale d'épargne et de prévoyance(CNEP) en 1964,
- la nationalisation de nombreuses institutions financières et bancaires,

(1) Fatiha TALAHITE « réformes et transformations économiques en Algérie », rapport en vue de l'obtention du diplôme d'habilitation à diriger des recherches, Université Paris 13-Nord UFR des Sciences économiques et de gestion, janvier 2010, p7.

(2) La loi 60-441 du 13 décembre 1962.

(3) Joseph Pagop NOUPOE « le cadre législatif et règlementaire bancaire algérien », banque stratégie, N°245, février 2007, pp22-24.

- création du crédit populaire algérien(CPA) en date du 29 décembre 1966,
- la mise en place de la banque nationale d'Algérie(BNA) en date du 13 juin 1966,
- création de la banque extérieure d'Algérie(BEA) en 1967.

Il y a lieu de noter que l'émergence de la banque centrale d'Algérie ne veut pas dire la disparition des banques étrangères, mais elles ont continué à exister et à fonctionner avec un rythme faible, jusqu'à ce qu'elles soient nationalisées entre les années 1966 et 1967. ⁽¹⁾

1-2-2) Le système bancaire algérien entre la période 1970-1986

Depuis la réforme financière de 1971, qui consacra la remise en cause totale du rôle et du statut de la banque centrale, des banques commerciales et du principe même de la politique monétaire. ⁽²⁾ Le secteur financier algérien est caractérisé par:

- concentration,
- le rôle prépondérant du trésor public,
- la spécialisation des banques commerciales.

Dans ce cadre, les règles de financement du secteur de production ont été établies, où le trésor jouait un rôle clé dans le financement de divers investissements prévus dans les plans quinquennaux et quadriennaux.

Dans la pratique, cette multitude de réformes a conduit à une transition progressive du système sous la tutelle du ministère des finances, et à la diminution du rôle de la banque centrale qui était responsable de développer la politique monétaire conformément à la ligne et les exigences de l'économie nationale. Son rôle est limité aux opérations du marché monétaire. L'offre de la monnaie est décidée dans les plans centraux pour servir le trésor en tant que médiateur principal de l'état.

En 1978 et 1979, l'état algérien a décidé de revoir sa politique entamée jusque-là, d'où l'émergence d'idée de la restructuration des institutions publiques nationales en vue de leur donner une sorte de spécialisation dans leurs activités. ⁽³⁾

(1) Fatiha TALAHITE, op.cit, p10.

(2) ABDELKRIM NAAS : « Le système bancaire algérien ».Editions, INAS. Paris, 2003, pp. 21-30.

(3) Abdelkrim SADEG « système bancaire algérien : la réglementation relative aux banques et établissements financiers », les presses de l'imprimerie Ben Aknoun, Alger, 2005, pp. 25-40.

C'est ainsi que la banque de l'agriculture et de développement rural(BADR) a été créée le 13 mars 1982, et qui a été chargée de financer des activités agricoles.

Aussi, cette restructuration a abouti à l'émergence, le 30 Avril 1985, d'une nouvelle banque de développement local(BDL), particulièrement intéressée par le financement des activités locales.

De tout ce qui précède, il est clair que les mécanismes traditionnels de la politique monétaire au cours de la période (62-85) ont été utilisés dans des zones très étroites.

Le coût de l'emprunt a été fixé de manière administrative, où le ministère des finances fixe les taux d'intérêt et commissions dues aux banques et aux prêts associés.

Le taux de réescompte restait stable tout au long de la période entre les années 1972 et 1986, il était estimé à 2,75%, et n'a pas augmenté que dans le mois d'octobre 1986 où il a passé à 5% et 7% en 1989, ⁽¹⁾ ce qui n'encourageait pas l'activité d'une banque commerciale dans la mobilisation de l'épargne privée.

Comme il y a lieu de déceler un chevauchement des compétences en matière de contrôle de l'activité des banques commerciales. Cette tâche était départagée entre la banque centrale et la banque algérienne de développement, cette dernière avait comme tâche de contrôler la compatibilité des financements à moyen terme avec les plans d'investissements prévus.

Résultat de tout cela, l'émergence de certains indicateurs d'un déséquilibre au niveau du système financier dans son ensemble, ce qui incite l'état à faire quelques ajustements dans le domaine bancaire et financier. Nous retrouvons :

- arrêter le prêt à moyen terme comme un mécanisme de financement de certains secteurs comme le tourisme,
- introduire le concept de l'investissement public décentralisé.

(1) Bulletin statistique trimestriel N°13 Mai 2011, p19.

Malgré tous les efforts consentis par les pouvoirs algériens, l'efficacité des réformes engagées jusque-là étaient très limitées. Ce qui a nécessité des réformes profondes à opérer dans le système bancaire et financier, la chose que les autorités viennent de confirmer depuis 1986, notamment l'émission de la loi sur la monnaie et le crédit en 1990.

1-2-3) Les principales réformes du système bancaire algérien depuis 1986

Le système bancaire algérien a connu plusieurs réformes. Les plus importantes étaient celles de 1986 et de 1990 et celles qui sont venues après. Ces réformes formaient une étape cruciale dans l'histoire économique de l'Algérie, où on a fondait les bases et les règles de la transition vers une économie de marché.

1-2-3-1) La première phase (de 1986 à 1988)

La loi bancaire du 9 août 1986 définit le cadre juridique commun à l'activité de la banque et établissement de crédit quel que soit leur statut légal.

En effet, la crise économique qui a secoué l'Algérie a montré que les changements apportés au système bancaire et financier au cours des années soixante-dix et les premières années quatre-vingt étaient limités, et il est devenu impératif d'apporter des modifications substantielles au système en mesure de suivre le développement économique local et international.

L'année 1986 a enregistré la tentative d'élaborer un système bancaire basé sur l'introduction de mesures commerciales dans la gestion des crédits et l'application de toutes les mesures préventives pour assurer la récupération des prêts accordés.

Dans le même temps la banque centrale a pu regagner ses pouvoirs concernant l'application de divers instruments de politique monétaire, y compris la détermination des plafonds de réescomptes ouverts aux institutions de crédit.

La relation entre la banque centrale et le trésor public, a été également réexaminée, où les prêts accordés au trésor sont limités tels que déterminés par le plan national pour le prêt.

1-2-3-2) La deuxième phase (de 1988 à 1990)

En vertu de la loi N° 88 -01 du 22/01/1988, les entreprises économiques avaient une indépendance dans la gestion. Cette loi a également approuvé le concept d'intérêt et du rapport coût-efficacité commerciale. Toutes les institutions publiques économiques sont conduites par des règles du droit commercial. D'autres organismes de droit public sont chargés de gérer des services publics.

Sur la base de cette loi (88-01), la banque commerciale devient un établissement de crédit, elle jouissait d'une indépendance dans ses relations avec d'autres entreprises économiques. Elle est soumise aux règles de la négociation et les règles de gestion des banques classiques. ⁽¹⁾

En dépit de toutes ces réformes et de leur importance, elles restaient incohérentes par rapport aux exigences de la nouvelle phase de l'économie algérienne. Continuer à reformer le système bancaire était plus que nécessaire. C'est pourquoi, une loi bancaire fondamentale a vu le jour en 1990 à savoir la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit.

1-2-3-3) La troisième phase (après 1990)

La loi 90-10 du 14/04/90 renforce et clarifie le rôle des banques et des établissements financiers.

La première transformation structurelle du système bancaire algérien a été introduite par le biais de la loi 90-10 du 14 avril 1990, un premier changement s'est porté sur le statut de la banque centrale d'Algérie (BA), où elle a bénéficié d'une autonomie par rapport à l'administration (le ministère des finances), le gouverneur n'est comptable de sa gestion et de ses actes que devant le président de la république ⁽²⁾

Le contrôle et le suivi des conditions d'établissements bancaires et institutions financières est exercé par le conseil de la monnaie et du crédit (CMC).

(1) Abdelkrim NAAS « le système bancaire algérien : de la décolonisation à l'économie de marché », Maisonneuve et Larose éditions, Paris, 2003, p270.

(2) Abderrahmane Roustoumi HADJ-NACER "la réforme économiques en Algérie", les cahiers de la réforme, volume n° 4, éditions E.N.A.G, Alger, 2ème Editions, 1990, p13.

En termes de la loi 90-10 du 14/04/90, les banques commerciales et primaires sont autorisées à effectuer :

A titre principal :

- réception des fonds du public,
- opérations du crédit,
- la mise à la disposition du public des moyens de paiement et de la gestion de ceux-ci.

A titre accessoire (l'article 116 de la loi du 14/10/90), les banques et établissements de crédit peuvent effectuer les opérations connexes telles que : les opérations de change, les opérations sur l'or, métaux, et pièces précieuses, le placement, les opérations sur les valeurs mobilières, le conseil et l'assistance...etc.

Cette loi accorde à la banque centrale l'indépendance, en particulier dans la désignation de ses gestionnaires et les conditions de l'exercice de leurs fonctions, où le gouverneur, avec l'aide de trois députés et de conseil de la monnaie et du crédit dirige, gère et contrôle.

Le gouverneur de la banque centrale est nommé par décret présidentiel pour un mandat de six ans et va de même pour le vice-gouverneur, mais pour cinq ans, renouvelable une fois. Toutes ces mesures visaient à assurer la continuité et la stabilité, afin que ces dirigeants puissent effectuer leur travail avec efficacité.

Le conseil de la monnaie et du crédit, qui est dirigé par le gouverneur de la banque centrale comprend trois députés et trois hauts fonctionnaires choisis par le premier ministre sur la base de leur expérience et de leur compétence dans la finance et dans l'économie.

Ce conseil joue le rôle de conseil d'administration de la banque centrale. Aussi, il veille à la création de conditions appropriées pour le crédit et le change afin d'assurer la stabilité monétaire interne et externe.

Le Conseil de la monnaie et du crédit est chargé : ⁽¹⁾

(1) Loi 90/10 relative à la monnaie et au crédit.

- de travailler sur l'établissement des normes et d'assurer leur exécution,
- d'organiser la circulation de la monnaie (pouvoir de l'émission),
- d'établir des normes et des conditions pour les opérations de la banque centrale (l'escompte, le réescompte, les obligations hypothécaires et les dépôts publics et privés... etc.),
- d'identifier les conditions de développement des composants de la masse monétaire et de la taille du crédit.

Le conseil de la monnaie et du crédit a tous les pouvoirs d'une autorité monétaire, tels que la détermination des règles et ratios applicables aux banques et institutions financières et la répartition des risques de liquidité et de solvabilité.

La banque d'Algérie est devenue une banque de gouvernement où elle est consultée pour chaque projet de la loi ou textes réglementaires se rapportant aux affaires de l'argent.

La banque centrale peut proposer toute mesure susceptible d'influencer de manière positive sur la balance des paiements et sur la situation financière de l'Etat, elle est tenue d'informer le gouvernement de toutes les nouveautés dans le domaine de la monnaie et du crédit.

Cette loi a permis de créer un système financier et bancaire qui fonctionne dans un environnement concurrentiel caractérisé par de nombreux risques et mécanismes qui régissent l'activité bancaire et qui exigent beaucoup de prudence.

En vertu de la loi 90/10, une commission bancaire a vu le jour dont la tâche principale est de contrôler l'activité des établissements bancaires et financiers, ce qui assure l'application des lois et procédures régissant le secteur bancaire et l'application effective des ordres et les règles en vigueur dans ce domaine. Comme, elle est investie du pouvoir de sanction à l'égard des banques et établissements financiers réfractaires conformément aux lois en vigueur.

De larges pouvoirs ont été accordés à cette commission pour lui faciliter l'organisation de son travail et de s'adapter à l'évolution de la banque et de la réglementation et d'éviter tout ce qui pourrait nuire à la réputation des institutions bancaires et financières en particulier, et leur permettre d'éviter les cas de difficultés financières, et le manque d'efficacité dans la gestion.

La commission bancaire joue un rôle clé dans le maintien de la situation financière des institutions financières et bancaires. C'est un rôle préventif dans l'exercice de la fonction de contrôle. Malgré que ces actions de contrôle sont irrégulières, elles s'avèrent efficaces pour éviter les erreurs avant qu'elles ne surviennent, et de permettre à la banque de prendre des décisions éclairées.

La fonction de contrôle de gestion exercé par la commission bancaire commence par la détermination des conditions de gestion et se termine par le suivi continu de l'application des exigences imposées pour l'exercice de l'activité bancaire. Parmi ces exigences, nous retrouvons : ⁽¹⁾

- la proportion des fonds propres au total du passif et coefficient de liquidité bancaire,
- la proportion des fonds propres au total crédits et de total dépôt au total crédits,
- placements du trésor et les risques bancaires en général.

Pour renforcer l'autorité de régulation, la loi a autorisé la commission bancaire de demander à une banque de prendre toute mesure qui permettrait de corriger sa situation et l'aider à améliorer les méthodes de gestion. En général, la Commission veille à l'application stricte des règles prudentielles énoncées dans la loi 90/10 et celles imposées par la banque d'Algérie, en particulier dans le domaine de la couverture des risques.

Quant au marché monétaire créé en 1989, ouvrant ainsi la voie aux institutions non-bancaires de prendre part en leur qualité de prêteur de fonds excédentaires à leurs besoins. Cette mesure qui était l'apanage du trésor public de l'état pour une longue période, a permis à la banque centrale de surveiller ce marché grâce à un contrôle des taux de réescompte qui deviennent plus élevés que les taux d'intérêt.

Le contrôle exercé conformément à la loi 90/10 ne concerne pas le volume de crédit en lui-même, mais à travers le processus de réescompte des plafonds afin de refinancer les banques commerciales par la banque centrale.

À cet égard, la banque centrale peut réescompter des obligations établies pour constituer des crédits à moyen terme pour une période n'excédant pas six mois. Comme, elle peut réescompter des obligations représentant des crédits saisonniers ou des crédits à court terme.

(1) l'article 143 de la loi 90-10

Dans le même domaine, la banque centrale procédait à la constitution d'un marché ouvert d'opération d'achat et de vente d'obligations à court terme (six mois), publique et privées, réescomptables.

La loi 90/10 est venue mettre un terme à la relation entre le trésor et la banque centrale en plaçant un plafond du compte courant ouvert au profit du trésor à la banque centrale représentant 10% du total des recettes du trésor pour l'exercice écoulé. Comme, elle a fixé un délai maximum de quinze ans pour rembourser la dette à la trésorerie de la banque centrale.

Il convient de noter qu'en vertu de la même loi, on a autorisé la mise en place des banques et institutions financières privées, qu'elles soient nationales, étrangères ou mixtes.

Dès la fin des années 1990, une volonté de poursuivre les réformes visait à constituer un réseau de banques commun spécialisé dans l'échange de données entre le secteur financier et la poste et télécommunication pour réduire la durée de la collecte et de traitement de toutes les opérations et les transactions entre les banques.

Dans cet ordre d'idées, le législateur algérien a procédé à la modification et à la confortation de loi 90/10 en 2001, en 2003 et en 2007. Ces nouveaux textes réglementaires ont porté sur trois modifications essentielles:

- déléguer trois personnes choisis pour leurs compétences en matière économique et financière à la tête de CMC,
- abandonner les mandats pour le gouverneur et les vices gouverneurs et leur nomination par décret présidentiel,
- séparer le conseil d'administration de la banque centrale du conseil de la monnaie et du crédit, dans ce nouveau contexte la banque doit déserrer sa vocation première de moteur prédestiné de l'économie planifiée pour intégrer une définition plus appropriée qui consiste à rechercher la performance, et l'amélioration de la qualité des prestations.

Aujourd'hui les banques publiques sont contraintes d'exercer dans un environnement concurrentiel qui ne le distingue nullement des banques privées.⁽¹⁾

(1) Youcef BENHAFSI « banque à quand le changement ? », partenaires N°15 de avril 2001, pp7-8.

Deux handicaps sont bien remarqués dans le système bancaire algérien :

- le personnel est généralement inférieur aux besoins notamment au niveau des agences, et parfois mal réparti sur les tâches imparties aux services,
- mauvaise qualité des prestations et une mauvaise perception chez le client.

Cependant, la libéralisation et l'élargissement de la réglementation ont permis une ouverture sur la clientèle, une modernisation des structures et une amélioration de la qualité des prestations. ⁽¹⁾

Une série de mesures ont été observées telles que :

- le développement d'une nouvelle réflexion bancaire en phase avec la nouvelle philosophie économique,
- l'octroi du crédit bancaire plus rationalisé,
- des taux d'intérêt en baisse (avec les dispositifs d'incitation aux investissements à savoir agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes(ANSEJ), caisse nationale d'assurance chômage(CNAC), et agence nationale pour le développement de l'investissement(ANDI)). Dans ce cadre, des taxes fiscales et para fiscales sont allégées et un guichet unique est établi pour soulager l'investisseur et accélérer les tâches procédurales,
- la télé compensation et la rapidité dans l'exécution des opérations,
- bonification des taux d'intérêt pour les crédits immobiliers introduite dans la loi de finance 2008,
- interdiction du crédit à la consommation introduite dans la loi de finance 2009.

Pour conforter la réglementation bancaire et faire face aux défis de la mondialisation, une ordonnance n° 10-04 du 26 août 2010 relative à la monnaie et au crédit a été promulguée. Les principales mesures sont les suivantes :

- Les participations étrangères dans les banques ne peuvent être autorisées que dans le cadre d'un partenariat dont l'actionnariat national résident représente 51% au moins du capital,
- l'Etat dispose d'un droit de préemption sur toute cession d'actions ou titres assimilés d'une banque ou d'un établissement financier,
- la banque d'Algérie (BA) a pour mission (supplémentaire) de veiller à la stabilité des prix et doit établir la balance des paiements et présenter la position financière extérieure de l'Algérie.

(1) Farés. N « banque indispensable reforme », partenaire N°6 du mai 2000 pp11-12.

- la banque d'Algérie organise et gère une centrale des risques des entreprises, une centrale des risques des ménages et une centrale des impayés.
- les banques ont l'obligation de mettre en place un dispositif de contrôle interne et de contrôle de conformité. Dans ce dernier cas, il s'agit d'une conformité aux lois et règlements et du respect des procédures.

D'autres mesures ont été introduites visant le renforcement du cadre institutionnel, du contrôle des banques et des établissements financiers, à la protection de la clientèle et la qualité des prestations bancaires, notamment en renforçant les obligations des banques primaires vis-à-vis de leurs clients.

Aujourd'hui, la banque algérienne doit jouer le rôle de l'intermédiaire entre l'épargne et l'investissement, et elle doit constituer une relation banque - agent économique efficace, comme elle doit aussi veiller aux critères de la rentabilité économique et financière lors d'octroi du crédit et de collecte de l'épargne. Elle doit penser à diversifier ses activités, notamment avec les restrictions de l'activité principale qui est l'octroi de crédit à l'image de l'interdiction du crédit à la consommation par la loi de finance 2009.

Section 02 : Le paysage bancaire algérien

Le paysage bancaire algérien est composé de plusieurs banques et établissements financiers dont la liste est établie par la banque d'Algérie et annuellement publiée au journal officiel. Au 02 janvier 2012, ⁽¹⁾ les banques et les établissements financiers agréés se répartissent comme suit :

- Vingt et une (21) banques commerciales : Six (6) banques publiques, deux banques mixtes et treize(13) banques privées toutes à capitaux étrangers.
- Huit (08) établissements financiers : sept(07) à vocation générale et un(01) spécifique.
- Sept (07) bureaux de représentation.

2-1) Les banques

2-1-1) La banque nationale d'Algérie(BNA)

La BNA a été créée le 13 juin 1966. Lors de sa création, la BNA exerce toutes les activités d'une banque universelle avec un département spécialisé dans le financement de l'agriculture.

(1) www.bank-of-algeria.dz, dernière visite : 30/04/2013.

En 1982, la BNA devient une banque spécialisée avec pour objet la prise en charge du financement de l'agriculture et de la promotion du monde rural.

La BNA devient, aux termes de la loi N°88-01 de janvier 1988 relative à l'autonomie des entreprises, une société par actions, elle est la première banque à obtenir son agrément en vertu de la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit.

A la fin 2011, Ses effectifs avoisinent les 6000 employés, son réseau d'exploitation est composé de 17 directions et de 200 agences réparties sur tout le territoire nationale, elle exerce toutes les activités bancaires et notamment celles liées aux crédits et au commerce extérieur. ⁽¹⁾

2-1-2) La banque extérieure d'Algérie (BEA)

La BEA a été créée le 1^{er} octobre 1967(ordonnance N° 67-204), elle a repris les activités de la Société Générale, de la Barclay's Bank Limited, du crédit du nord et de la banque industrielle de l'Algérie et de la méditerranée(BIAM).

En 1970, la BEA devient la banque de grandes sociétés industrielles nationales et a pour objet principal de faciliter et de développer les rapports économiques et financiers de l'Algérie avec le reste du monde.

En 1989, la BEA change de statut pour devenir une SPA, en gardant le même objet que celui qui lui a été fixé en 1967. En 2002, la BEA est agréée pour effectuer toutes les opérations reconnues aux banques⁽²⁾

Aujourd'hui, Son capital social est de 76 milliards de dinars, son réseau d'exploitation composé de 3 directions générales et de 15 directions centrales, il avoisine les 130 agences en 2012 avec un potentiel humain dépassant 4500 employés. ⁽³⁾

Ses activités essentielles concernent la production bancaire le financement de tous les secteurs d'activité notamment des hydrocarbures, de la sidérurgie, des transports, des matériaux de construction et des services. ⁽⁴⁾

(1) www.bna.dz, dernière visite : 30/04/2013.

(2) décision N°02-04 du 23 septembre 2002 portant l'agrément de la BEA.

(3) www.bea.dz , dernière visite : 30/04/2013.

(4) IBID.

2-1-3) La banque d'agriculture et de développement rural (BADR)

La BADR a été créée en mars 1982(décret N°82-106 du 13 mars 1982). La BADR a pour activité principale de développer les secteurs agricoles, de la pêche et des ressources halieutiques, ainsi que la promotion du monde rural. Son capital social est de 33 milliards de DA, son réseau compte actuellement plus de 290 agences et 41 directions régionales et plus de 7000 cadres et employés activistes au sein des structures centrales, régionales et locales. C'est le réseau le plus intense en Algérie. ⁽¹⁾

2-1-4)Le crédit populaire d'Algérie

Le CPA a été créé le 19 décembre 1966(ordonnance N° 66-366 du 29 décembre 1966). Le CPA, reprend dans un premier temps les activités de cinq banques populaires étrangères (les BPCI d'Alger, d'Oran de Constantine et d'Annaba). A partir de 1967, le CPA reprend les activités de la banque Algérie-Misr, de la société Marseillaise de crédit en Algérie, de la compagnie française de crédit et de la banque populaire arabe.

Après avoir satisfait aux conditions d'éligibilité prévues par les dispositions de la loi sur la monnaie et le crédit (loi 90/10 avril 1990), le CPA a obtenu, le 7 avril 1997, son agrément du conseil de la monnaie et du crédit, devenant ainsi la deuxième banque en Algérie à être agréée. ⁽²⁾

Conformément à la réglementation en vigueur, le CPA traite des opérations de crédit et de banque. Aux termes de ses statuts, le CPA est une banque universelle, il a pour mission de promouvoir le développement du BTPH, des secteurs de la santé et du médicament, du commerce et de la distribution, de l'hôtellerie et du tourisme, des médias, de la PME/PMI et de l'artisanat.

Le capital social du CPA s'élève à 48 milliards de DA, son réseau d'exploitation est composé, en 2012, de 117 agences repartis en 17 groupes d'exploitation. ⁽³⁾

(1) www.badr-bank.dz, dernière visite : 30/04/2013.

(2) www.bank-of-algeria.dz, dernière visite : 30/04/2013.

(3) www.cpa-bank.dz, dernière visite : 30/04/2013.

2-1-5) La banque de développement local (BDL)

La BDL est créée le 30 avril 1985 à partir des structures et activités du réseau du CPA. La BDL est la Banque des PME/PMI et du commerce dans sa conception la plus large. Mais aussi, la Banque des professions libérales, des particuliers et des ménages.

Aujourd'hui, la BDL a à son actif un réseau de plus de 150 agences judicieusement implantées sur tout le territoire national dont 06 dédiées aux prêts sur gage, une activité dont la BDL a l'exclusivité et les autres agences traitent des opérations bancaires attribuées aux banques. ⁽¹⁾

2-1-6) La caisse nationale d'épargne et de prévoyance (CNEP)

La CNEP est créée le 10 août 1964. A l'origine était une banque à caractère spécial (banque de l'habitat), actuellement s'est transformée en une banque (CNEP - BANQUE). En plus de son activité principale qui est la promotion de l'habitat, la CNEP-BANQUE pratique toutes activités bancaires classiques, notamment le financement de l'immobilier, celui de la promotion immobilière et le financement des entreprises, ou encore les services liés à l'habitat (bureaux d'études, entreprises d'entretien d'immeubles, etc.).

Par ailleurs, la CNEP-banque intervient dans le financement des projets d'investissement dans les secteurs de l'énergie, de l'eau, de la pétrochimie et de l'aluminerie. La CNEP-banque avoisine les 240 agences à fin 2012, elle est présente au niveau du réseau postal pour l'épargne des ménages. ⁽²⁾

2 1-7) Banque al baraka d'Algérie

Al Baraka Bank est la première banque qui fonctionne selon les principes de la charia islamique à s'être implantée en Algérie. La banque démarre ses activités en 1991. ⁽³⁾ Aux termes de son statut d'une banque universelle, Al Baraka Bank a pour objet de pratiquer les opérations de banque et d'investissement conformément à la loi islamique. Son capital social est d'un milliard de DA, son réseau d'exploitation est composé de 25 agences réparties sur le territoire national.

(1) www.bdl.dz, dernière visite : 05/05/2013.

(2) www.cnepbanque.dz, dernière visite : 05/05/2013.

(3) www.albaraka-bank.com, dernière visite : 05/05/2013.

Les modes de financement que propose Al Baraka Bank sont la mourabaha, l'ijar, bai mouajjal, la moucharaka et la moudharaba. ⁽¹⁾

2-1-8) Arab banking corporations - Algeria "ABC"

ABC Alegria est une filiale du groupe arab banking corporation (BSC) de Bahreïn et la deuxième banque internationale privée installée en Algérie suite à l'obtention de son agrément en septembre 1998. Depuis sa création, ABC Bank Alegria propose des services personnalisés destinés à une clientèle d'entreprises. Le réseau d'ABC –Alegria compte 18 agences. ⁽²⁾

2-1-9) NATIXIS BANQUE

NATIXIS BANQUE est une filiale algérienne de la banque d'affaires française, c'est une banque universelle agréée en 2000, elle active en tant que banque d'investissement. Le réseau de Natixis Banque est composé, en 2012, de 12 agences réparties dans les principales villes du pays. ⁽³⁾

2-1-10) Société générale Algérie (SGA)

SGA est la filiale de la société générale France, agréée en 2000. C'est une banque universelle. Elle dispose, en 2012, de 70 agences implantées dans les principales villes du pays. ⁽⁴⁾

(1) **La Mourabaha** ou vente avec bénéfices : l'emprunteur ou la banque achète la marchandise ou le produit au fournisseur à la suite de l'ordre d'un client pour les revendre au même client avec une marge de bénéfice fixée à l'avance. Le délai de remboursement dépend des revenus et varie entre 6 et 24 mois.

L'Ijar ou commission est similaire au crédit-bail ou leasing. La banque achète la marchandise (ou bien équipements, immobilier, véhicule). Elle les loue ensuite au client. Le client devient propriétaire de ces biens quand il finira de rembourser la somme qui sera échelonnée dans le temps et versée sur un compte épargne. Le client paye donc une location.

Bai Mouajjal ou vente reportée signifie que la banque achète des équipements/matériaux pour les revendre à terme au co-contractant sur la base d'un contrat à moyen terme (deux à cinq ans). Dans les opérations d'export-import, la banque achète des marchandises à un importateur pour les revendre à un exportateur. Les opérations d'investissement concernent les crédits à moyen et long terme. La banque procède au calcul de la prime d'assurance requise et la faire supporter au client dans le cadre du loyer payé périodiquement jusqu'à l'extinction du contrat.

Moucharaka est une participation d'une banque au capital d'un projet, chaque partie recevant les bénéfices proportionnellement à son apport.

Moudaraba est une contribution au fonds de roulement. La banque participe à un projet par une injonction de capital. Le promoteur du projet fournit son travail et peut faire un apport en capital. Le partage des bénéfices est convenu entre les parties, et les pertes sont supportées par le fournisseur des fonds, sauf s'il y a faute, négligence ou violation des conditions acceptées par la banque.

(2) www.arabbanking.com.dz, dernière visite : 05/05/2013.

(3) www.natixis.com, dernière visite : 05/05/2013.

(4) www.societegenerale.dz, dernière visite : 05/05/2013.

2-1-11) CITIBANK

CITIBANK - Algérie est la première banque étrangère à s'établir en Algérie. C'est une filiale de la banque américaine, elle est créée en mai 1998. Elle offre une gamme de services bancaires aux entreprises, notamment dans les secteurs suivants : finances, commerce, transactions interbancaires, services d'investissement, dépôts, gestion de la trésorerie et toutes autres opérations bancaires. Elle propose une panoplie de services pour aider ses clients à mieux contrôler leurs budgets, d'augmenter la valeur de leurs investissements et de financer leurs projets. La banque dispose, en 2012, d'un réseau de quatre agences.⁽¹⁾

2-1-12) ARAB BANK PLC ALGERIA

Arab Bank PLC – Algérie est une filiale de la banque jordanienne. Aujourd'hui, elle compte quatre agences. C'est à travers l'importance et l'étendue de son réseau qu'Arab Bank PLC entend, en effet, jouer son rôle d'acteur majeur dans le financement et le développement de l'économie algérienne.⁽²⁾

2-1-13) B.N.P. / PARIBAS EL DJAZAIR

En créant sa filiale BNP Paribas El Djazaïr en février 2002, BNP Paribas donne une dimension nouvelle à son implantation en Algérie. Le groupe bancaire consacre ainsi une ambition de longue date et poursuit son développement à long terme. Avec l'objectif de construire un réseau d'agences, BNP Paribas exprime sa vocation à devenir un partenaire majeur du développement économique en Algérie.⁽³⁾

Appuyée sur un groupe qui se veut un acteur majeur du secteur bancaire et financier dans le monde, BNP Paribas El Djazaïr donne accès à une banque professionnelle et responsable. Elle propose une gamme de produits et services bancaires complète.

2-1-14) TRUST BANK ALGERIA

La Trust Bank Algeria est une banque de droit algérien, à capitaux privés, créée en date du 10 septembre 2002, sous la forme de société par actions (SPA).

(1) www.bank-of-algeria.dz, dernière visite : 30/04/2013.

(2) www.arabbank.dz, dernière visite : 05/05/2013.

(3) www.bnpparibas.dz dernière visite : 05/05/2013.

Aujourd'hui, le réseau de la Trust Bank compte 12 agences. ⁽¹⁾

2-1-15) GULF BANK ALGERIA

Membre d'un des plus éminents groupe d'affaires du moyen orient « Kuwait Project Company », Gulf Bank Algeria est une banque de droit algérien détenu par trois banques de renom international, à savoir : 60% par par Burgan Bank, 30% par Tunis International Bank et 10% par Jordan Kuwait Bank. GULF BANK ALGERIA est une banque commerciale opérationnelle depuis Mars 2004. Depuis sa création, Algeria Gulf Bank, se fixe pour mission d'accompagner les entreprises et les particuliers en leur offrant une multitude de produits et services.

Aussi, pour répondre aux attentes de tout à chacun, la banque propose à sa clientèle des produits bancaires classiques ainsi que des produits conformes aux préceptes de la Chariâa. Aujourd'hui, le réseau de la banque compte 24 agences. ⁽²⁾

2-1-16) Housing Bank For Trade And Finance

The Housing Bank for Trade & Finance – Algeria est une filiale algérienne de la banque jordanienne “The Housing Bank for Trade & Finance”. Elle a opté dès le démarrage de son activité en octobre 2003, pour le lancement d'une gamme variée de produits destinés tant aux particuliers qu'aux entreprises. ⁽³⁾

La Housing Bank for Trade and Finance – Algeria investit le marché algérien en ayant pour ambition de mériter la confiance de sa clientèle. Elle a pour vocation d'offrir à ses clients, des produits et services bancaires modernes, de qualité et conformes à leurs besoins et attentes. En 2012, La banque dispose de cinq agences.

2-1-17) Al Salam Bank - Algeria – SPA

Al Salam Bank Alegria est installée en Algérie depuis 2006. Cette banque ambitionne de faire du chemin en Algérie et de se déployer à travers l'ensemble du territoire national.

(1) www.trust-bank-algeria.com, dernière visite : 05/05/2013.

(2) www.ag-bank.com, dernière visite : 05/05/2013.

(3) www.housingbankdz.com, dernière visite : 05/05/2013.

Al Salam Bank exerce des activités d'une banque commerciale de renommée internationale, à travers un système bancaire islamique reposant sur le principe de la coopération mutuelle.

Al Salam Bank offre une variété de services, dont des coffres de sûreté, des services bancaires par téléphone, via internet, via SMS et via le bureau de contact clientèle. Les produits bancaires présentés à la clientèle sont diversifiés : comptes d'épargne, comptes de dépôts participatifs, financement de l'immobilier en vue de l'acquisition d'un logement neuf, rénové ou de la construction ou de l'aménagement d'un bien. La banque dispose de deux agences. ⁽¹⁾

2-1-18) HSBC- ALGERIE

Le 3 Août 2008, HSBC a commencé ses activités de banque en Algérie avec l'ouverture d'une succursale à Alger. Composée essentiellement de professionnels algériens du secteur bancaire, HSBC Algérie offre une gamme complète de produits et services à destination des petites, moyennes et grandes entreprises, ainsi qu'une sélection de services dédiés à des clients particuliers.

HSBC place la responsabilité de l'entreprise au cœur de sa stratégie et de ses activités. Cet engagement se concrétise à travers plusieurs actions spécifiques menées par le groupe en Algérie dès sa création. En 2002, le réseau de la banque compte deux agences. ⁽²⁾

2-1-19) Calyon-Algérie-SPA

Calyon-Algérie-SPA est une filiale de la banque française du Crédit agricole. Agréée par la Banque d'Algérie en date du 06 mai 2007. Spécialisée dans l'investissement et le financement des activités agricoles. Elle active principalement comme banque d'investissement et ne dispose que d'une agence. ⁽³⁾

2-1-20) Fransabank El-Djazair

Agréée officiellement en septembre 2006, Fransabank El-Djazair est une banque à capitaux libano-algériens.

(1) www.bank-of-algeria.dz, dernière visite : 30/04/2013.

(2) www.algeria.hsbc.com , dernière visite : 08/05/2013.

(3) www.bank-of-algeria.dz, dernière visite : 30/04/2013.

Fransabank El Djazaïr est une banque universelle, elle offre une large gamme de produits et services financiers qui touchent aux activités commerciales et à la banque de détail. Ce qui comprend notamment des prêts à moyen et à long terme pour l'industrie, le financement du commerce international, la gestion des comptes, les crédits à la consommation, la monétique et autres prestations bancaires et financières. Son réseau comprend deux agences. ⁽¹⁾

2-1-21) La BAMIC (banque mixte offshore)

La BAMIC est une banque mixte créée en vertu de la convention algéro-libyenne du 19 juin 1988 ratifié par décret n° 88 –162 du 9 Août 1988. De par son statut, La BAMIC n'est pas soumise au contrôle des changes algérien et ses avoirs sont détenus exclusivement en devises. Son capital est souscrit par la banque extérieure de Libye (50%) et quatre banques commerciales publiques (BNA, BEA, CPA et BADR).

La banque a pour objet d'accomplir toutes opérations bancaires, financières et commerciales ayant une viabilité économique, libellées en devises convertibles. ⁽²⁾

2-2) Les établissements financiers

Au nombre de sept, ces derniers activent plus particulièrement dans le crédit-bail et le crédit à la consommation, en plus de trois institutions financières spécialisées hors loi bancaire.

2-2-1) Sofinance

La SOFINANCE (société financière d'investissement, de participation et de placement), est un établissement financier public agréé par la banque d'Algérie le 09 janvier 2001. ⁽³⁾

SOFINANCE a été créée à l'initiative du conseil national des participations de l'Etat (CNPE) avec comme principales missions l'accompagnement dans la modernisation de l'outil de production national et le développement de nouveaux produits financiers.

(1) www.fransabank.com, dernière visite : 08/05/2013.

(2) www.bamic-dz.com, dernière visite : 08/05/2013.

(3) www.sofinance.dz , dernière visite : 08/05/2013.

L'établissement a pour objet social tous les métiers développés par la banque universelle à l'exclusion des dépôts et la gestion des moyens de paiement. SOFINANCE ne dispose pas de réseau d'agences.

2-2-2) Société de refinancement hypothécaire(SRH)

La Société de Refinancement Hypothécaire par abréviation « SRH » est un établissement financier agréé en 1997 par la banque d'Algérie. Son actionnariat est composé de sociétés et d'institutions publiques, dont le trésor public, la BNA et la compagnie algérienne d'assurance et de réassurance(CAAR).⁽¹⁾

Son objectif principal est le refinancement des prêts aux logements consentis par les intermédiaires financiers agréés. Aussi, elle est autorisée en 2011 pour se lancer dans le leasing immobilier.

2 2-3) Arab leasing corporation(ALC)

ALC, est une société financière de leasing à capitaux mixte. Son actionnariat est composé d'actionnaires résidents et non-résidents. EN 2012, elle dispose de trois agences.

Ses financements sont destinés au secteur des entreprises de travaux publics, de transport, des professionnels du secteur de la santé, des sociétés de services et de distribution.⁽²⁾

2-2-4) Cetelem

Cetelem Algérie, filiale du groupe bancaire français BNP Paribas, établissement financier spécialisé dans le crédit à la consommation. Il a obtenu l'agrément de la banque d'Algérie pour le démarrage de son activité en 2006.⁽³⁾

2-2-5) Maghreb Leasing

Maghreb leasing Algérie (MLA), filiale algérienne de l'établissement financier tunisien « Tunisie leasing », elle est créée en 2006.

(1) www.srh-dz.org, dernière visite : 10/05/2013.

(2) www.arableasing-dz.com, dernière visite : 10/05/2013.

(3) www.cetelem.com , dernière visite : 10/05/2013.

Aujourd'hui, elle compte cinq agences. L'objectif principal de Maghreb Leasing est le financement de la PME. Elle présente des solutions de financement qui sont conçues pour l'acquisition des véhicules, des outils de production ou des locaux professionnels. ⁽¹⁾

2-2-6) La caisse nationale de mutualité agricole (CNMA)

La CNMA est une institution née au début du siècle dernier. Les premières caisses ont été créées dès 1907. Elle était régie jusqu'en 1972⁽²⁾ par les dispositions de la loi portant sur les associations et les organisations professionnelles à caractère non commercial et à but non lucratif.

La Caisse est issue de la réunification de trois caisses en activité, la caisse centrale de réassurance des mutuelles agricoles (CCRMA), la caisse centrale des mutuelles sociales agricoles (CCMSA), la caisse mutuelle agricole de retraite (CMAR). Dans ce cadre légal, la CNMA s'est spécialisée dans les assurances agricoles.

A l'activité d'assurance agricole toutes branches, sont venues, à partir de 1995, s'ajouter les activités bancaires (opérations de banque et de crédit) (décret n° 95-97 du 1er avril 1995). A la même année, la banque d'Algérie a autorisé la CNMA à pratiquer des opérations de banque et de crédit par l'intermédiaire des caisses régionales affiliées.

En 2009, une décision a été prise par les pouvoirs publics de transformer la CNMA-Banque en coopérative d'épargne et de crédit. La Mutualité Agricole est constituée par un réseau de 64 caisses régionales, appelées les CRMA relayées par 252 bureaux locaux et d'une caisse nationale. ⁽³⁾

2-2-7) La société nationale de leasing (SNL)

La SNL agréé début 2011, filiale de la Banque nationale d'Algérie (BNA) et de la Banque de développement locale (BDL). L'établissement peut effectuer toutes les opérations reconnues aux sociétés de crédit-bail, à l'exclusion des opérations de change ou de commerce extérieur.

(1) www.mlleasing.com , dernière visite : 10/05/2013.

(2) ordonnance n° 72-64 du 2 décembre 1972 portant institution de la Mutualité Agricole.

(3) www.cnma.dz, dernière visite : 10/05/2013.

La SNL propose des crédits pour l'acquisition ou le renouvellement de biens d'équipements industriels de production et de transformation, de véhicules de transport, de BTPH, d'équipements médicaux et de tourisme. La SNL bénéficie du réseau d'agences de la BNA et de la BDL.⁽¹⁾

2-2-8) Les institutions financières spécialisées hors loi bancaire

Ces institutions, bien que non agréées et ne figurant pas sur la liste des banques et des établissements financiers, font partie du système bancaire en raison des opérations de banque qu'elles effectuent.

2-2-8-1) La banque algérienne de développement (BAD)

C'est un établissement financier, créé en 1963. Il a vu sa restructuration aux termes des dispositions des lois de finances complémentaires pour 2009 et pour 2011, en fonds national d'investissement. Le fonds a pour mission de concourir au financement de l'investissement afin de réaliser les objectifs de développement de l'économie nationale.⁽²⁾

2-2-8-2) Les services financiers d'Algérie Poste

Après la restructuration du secteur des télécommunications et de la poste en 2001, la Poste est devenue un établissement public à caractère commercial (EPIC) et a pris la dénomination d'Algérie Poste.⁽³⁾ A côté de ses missions classiques de gestion du courrier, Algérie Poste gère le service des chèques postaux qui totalise, en 2012, 12 millions de comptes. Cette activité confère à Algérie Poste le statut d'institution financière sans pour autant entrer dans une catégorie telle que définie par la législation relative à la monnaie et au crédit. Le service des chèques postaux permet d'effectuer différentes opérations, parmi lesquelles :

- le paiement et retrait à vue,
- le versement accéléré (VAC),
- la consultation d'avoir,
- le relevé des opérations,
- le recouvrement des effets de commerce par les bureaux de poste,
- les virements à partir des bureaux de poste.

(1) www.snl.dz, dernière visite : 10/05/2013.

(2) www.bank-of-algeria.dz , dernière visite : 30/04/2013.

(3) www.poste.dz, dernière visite : 10/05/2013.

2-2-8-3) Les caisses de garantie

Ces institutions remplissent essentiellement deux fonctions : octroyer des financements spécialisés, prendre des participations dans des projets et des entreprises ou mutualiser les risques par des dispositifs de garantie appropriés, afin de permettre aux banques de s'engager davantage dans le financement de l'économie et des entreprises. Il s'agit de :

- La caisse de garantie des marchés publics (CGMP). Créée en 1998 pour apporter sa garantie pour le financement des marchés et commandes publics. ⁽¹⁾ La CGMP favorise la réalisation des projets de développement et occupe de ce fait une place importante au sein du système bancaire national.
- La caisse de garantie des crédits d'investissement (CGCI). Créée en 2004, ⁽²⁾ a pour vocation de couvrir les risques attachés aux crédits d'investissement consentis aux PME. La loi de finances complémentaire pour 2009 a conféré à la garantie délivrée par la CGCI, la qualité de garantie de l'Etat.
- Le fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR) crée en 2002, en application de la loi d'orientation sur les PME. ⁽³⁾ L'objectif principal du FGAR est de garantir les crédits nécessaires aux investissements à réaliser par les PME. Les garanties de crédits sont accordées aux banques commerciales.
- La société de garantie du crédit immobilier (SGCI) est une entreprise publique économique créée sous la forme d'une société par actions en 1997. La SGCI garantit les banques et les établissements financiers prêteurs contre le risque d'insolvabilité des acquéreurs bénéficiaires de crédits immobiliers pour l'achat, la construction et l'aménagement de biens immobiliers à usage d'habitation. Cette garantie se matérialise par la protection des prêteurs, quand le propriétaire qui occupe le bien hypothéqué manque à ses obligations. ⁽⁴⁾
- La compagnie algérienne d'assurance et de garantie des exportations(CAGEX). Elle est régie, entre autres, par l'article 4 de l'ordonnance 96/06 du 10/01/1996 qui dispose que l'assurance-crédit à l'exportation est confiée à une société chargée d'assurer pour son propre compte et sous le contrôle de l'état, les risques commerciaux, les risques politiques, les risques de non transfert et les risques de catastrophes naturelles. ⁽⁵⁾

(1) décret exécutif n° 98-67 du 21 février.

(2) décret présidentiel n° 04-134 du 19 avril 2004.

(3) décret exécutif n° 02-373 du 11 novembre 2002.

(4) www.sgci.dz, dernière visite : 12/05/2013.

(5) www.cagex.dz dernière visite : 12/05/2013.

2-3) Les bureaux de liaison

2-3-1) British arab commercial bank

Créée à Londres en juin 1972 BACB joue un rôle majeur dans le financement du commerce et de projets dans les pays arabes.

Les activités de BACB couvrent les marchés arabes méditerranéens et ceux du reste du Moyen-Orient. ⁽¹⁾

Le principal actionnaire de la banque est HSBC Bank Middle East, membre du Groupe HSBC. Le reste de l'actionnariat de la BACB est détenu par des banques et des établissements financiers étatiques parmi les plus connus du monde arabe.

Les services offerts par BACB comprennent l'émission, la notification, la confirmation et la négociation de crédits documentaires, l'escompte d'effets, les garanties bancaires, le crédit-bail international, les facilités de préfinancement et les crédits export et financements de projets.

2-3-2) Union des banques arabes et françaises

Créée en 1970, dans le but de renforcer la coopération économique entre le monde arabe et la France, l'UBAF associe dans son capital de prestigieuses institutions représentant l'ensemble des pays arabes et du groupe Crédit Agricole à travers de sa filiale Calyon.

Banque de droit français, dont le siège est à Paris, elle a étendu son activité au marché européen et s'est dotée d'une implantation stratégique en Asie en y développant le premier et le plus important réseau bancaire arabe.

Ainsi, intervient-elle tout particulièrement depuis sa création dans le cadre du financement des échanges commerciaux avec ces pays, en offrant une large gamme de produits et services adaptés à leurs besoins spécifiques.⁽²⁾

(1) www.bledco.com, dernière visite : 02/05/2013.

(2) www.agefi.fr, dernière visite : 02/05/2013.

2-3-3) Tunis international bank

Tunis International Bank est présente en Algérie, par son actionnariat au sein d'Algéria Gulf Bank. ⁽¹⁾

2-3-4) Banco Sabadell

Banco Sabadell, quatrième groupe bancaire du marché espagnol. Le groupe Banco Sabadell dispose de trois succursales aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne et en France, et de 11 représentations au Brésil, Chine, Iran, Algérie, Italie, Mexique, Singapour, Turquie, Venezuela et Chili. ⁽²⁾

2-3-5) Fortis

FORTIS est un prestataire international de services financiers spécialisé dans les domaines de la banque et de l'assurance.

Fortis opère dans des activités d'envergure internationale. Elle met à profit ses compétences et son expérience de la bancassurance. Elle a ouvert une représentation en Algérie. ⁽³⁾

2-3-6) Crédit Agricole Indosuez

La banque de gestion privée Indosuez est la première banque française exclusivement dédiée à la clientèle privée : grandes familles, entrepreneurs, cadres dirigeants, associations.

Filiale de crédit agricole, la BGPI bénéficie de l'assise et du dynamisme de l'un des tout premiers groupes bancaires tout en perpétuant ses valeurs propres. ⁽⁴⁾

2-3-7) Crédit industriel et commercial (CIC)

Le CIC est la plus ancienne banque de dépôts en France. Il s'est développé à l'international et en France avant d'associer les métiers de l'assurance à ceux de la banque. ⁽⁵⁾

(1) www.bank-of-algeria.dz, dernière visite : 30/04/2013.

(2) www.bancsabadell.com, dernière visite : 02/05/2013.

(3) www.fortisbank.com, dernière visite : 02/05/2013.

(4) www.bgpi.com, dernière visite : 02/05/2013.

(5) www.cic.fr, dernière visite : 02/05/2013.

Section 03 : Evolution de l'activité des banques et établissements financiers en Algérie

3-1) Activité des banques

En dépit des réformes adoptées par les autorités qui ont consisté en la restructuration de l'économie et l'assainissement du secteur public, le secteur bancaire public prédomine avec 89% du total des actifs du secteur bancaire, 83% du réseau bancaire national et réalise 70,5% du produit net bancaire total. ⁽¹⁾

Le développement du secteur privé reste timide. Il représente 11% du total des actifs du secteur bancaire. De fait, le marché est caractérisé par une faible concurrence entre les deux catégories de banques (public/privé).

Nous présentons ci-après les chiffres relatifs à l'activité bancaire en 2010:

Tableau N°02 : Le secteur bancaire en chiffres en 2010

Nombre d'établissements bancaires	26
Nombre total de guichets	1367
Nombres de comptes bancaires	10 millions
Nombre de comptes chèques postaux	13 millions
Nombre de cartes bancaires	850 000 en 2009 et 1 million en 2010
Nombres de DAB/GAB*	1250
Nombre de TEP**	3000
*DAB/GAB : Distributeur automatique de billets/Guichet automatique de billets. ** TEP : Terminal électronique de paiement.	

Source : Rapport de la Banque d'Algérie 2010.

Seulement, un tiers d'algérien est bancarisé (détient un compte bancaire). L'utilisation de la banque électronique est quasiment absente. Beaucoup d'efforts sont à consentir, afin d'atteindre un niveau acceptable de taux de bancarisation de la population et hisser la part de l'utilisation des nouvelles technologies dans les transactions bancaires.

(1) Rapport sur l'évolution économique et monétaire en Algérie pour 2010, Banque d'Algérie, (paru en août 2011).

Tableau N°03 : Evolution des crédits bancaires:2008-2010(En milliards de DA)

	2008	2009	2010
Crédits à court terme	1189,4	1320,3	1311
Banques publiques	1025,8	1141,3	1045,4
Banques privées	163,6	179	265,6
Crédits à moyen et long termes	1424,7	1764,6	1955,7
Banques publiques	1261,2	1570,7	1790,4
Banques privées	163,5	193,9	165,3
Total des crédits distribués nets de crédits rachetés ⁽¹⁾	2614,1	3084,9	3266,7
Part des crédits à court terme	45,5%	42,8%	40,1%
Part des crédits à moyen et long termes	54,5%	57,2%	59,9%

Source : Rapport de la Banque d'Algérie 2010.

Nous observons une progression timide, la participation des banques privées dans le financement de l'économie est moins importante que celle des banques publiques. Le degré de ce financement reste en deçà de la demande de l'économie. Les arguments avancés par les responsables des banques sont la non faisabilité des projets présentés pour le financement bancaire, ajouté à cela, la suppression du crédit à la consommation depuis 2009.

Tableau N°04 : La rentabilité des banques : 2008-2010

	2008	2009	2010
Banques publiques (y compris la Caisse d'épargne)			
Résultats / Fonds propres moyens (ROE)	25,01%	27,41%	22,70%
(ROE) (avant provisions)	33,26%	27,41%	22,70%
Résultats / Total moyen des actifs(ROA)	0,99%	1,33%	1,25%
Levier financier : Total moyen des actifs / Fonds propres moyens	25	21	18
Ratio : Total des charges/Total des produits (avant impôt)	60,03%	57%	53,12%
Banques privées en activité			
Résultats / Fonds propres moyens (ROE)	25,60%	21,84%	16,79%
(ROE) (avant provisions)	30,43%	22,58%	18,38%
Résultats / Total moyen des actifs(ROA)	3,27%	3,28%	3,49%
Levier financier : Total moyen des actifs / Fonds propres moyens	8	5	5
Ratio : Total des charges/Total des produits (avant impôt)	61,37%	64,43%	52,40%

Source : Rapport 2010 de la Banque d'Algérie.

(1) Des créances rachetées par le Trésor public.

Nous observons la régression de la rentabilité des banques tant publiques que privées, notamment entre 2009 et 2010, cela est due, en partie, à la régression du volume des crédits accordés à l'économie et à la suppression du crédit à la consommation.

Tableau N°05 : Le rendement des actifs des banques : 2007- 2010

	2007	2008	2009	2010
Banques publiques (y compris la Caisse d'épargne)				
Résultats / Total moyen des actifs(ROA)	0,87%	0,99%	1,33%	1,25%
Marge bancaire : Produit net bancaire / Total moyen des actifs	2,61%	2,47%	2,41%	2,30%
Marge d'intermédiation	1,91%	1,82%	1,72%	1,68%
Marge hors intermédiation	0,70%	0,65%	0,69%	0,62%
Marge de profit : Résultats nets / Produit net bancaire	33,39%	40,07%	55,15%	54,45%
Banques privées en activité				
Résultats / Total moyen des actifs(ROA)	3,21%	3,27%	3,28%	3,49%
Marge bancaire : Produit net bancaire / Total moyen des actifs	7,01%	7,73%	7,45%	7,19%
Marge d'intermédiation	4,56%	4,52%	4,50%	4,06%
Marge hors intermédiation	2,45%	3,21%	2,95%	3,13%
Marge de profit : Résultats nets / Produit net bancaire	45,83%	42,31%	44,02%	48,48%

Source : Les indicateurs de rentabilité pour 2010 sont provisoires. Voir le Rapport 2010 de la Banque d'Algérie.

Il y a lieu de noter que le taux de rendement des actifs des banques publiques est dû à l'augmentation de la part de leur volume d'activité moyen à rendement moins élevé, notamment au titre des opérations de politique monétaire. Pour les banques privées, la hausse de leur volume d'activité (29,6%) est suivie par une hausse plus importante de leurs résultats. Cette situation s'explique par le choix des opérations de financement de ces banques privées.

Tableau N°06 : La marge bancaire : 2008 – 2010

Année	2008	2009	2010
Banques publiques (y compris la Caisse d'épargne)			
Marge d'intermédiation	100%	100%	100%
Opérations avec les institutions financières	25,00%	15,32%	13,04%
Opérations avec la clientèle			
Crédits	49,99%	68,11%	67%
Opérations de leasing	-	-	-
Obligations et autres titres			
A revenu fixe	23,88%	15,69%	18,38%
A revenu variable	1,12%	0,97%	1,64%
Autres intérêts et produits assimilés	0,01%	-0,09%	-0,07%
Banques privées en activité			
Marge d'intermédiation	100%	100%	100%
Opérations avec les institutions financières	7,17%	8,31%	8,48%
Opérations avec la clientèle			
Crédits	69,74%	73,62%	82,28%
Opérations de leasing	14,28%	9,26%	1,50%
Obligations et autres titres			
A revenu fixe	0,12%	0,21%	0,60%
A revenu variable	0,02%	0,41%	0,00%
Autres intérêts et produits assimilés	8,67%	8,19%	7,14%

Source : Rapport 2010 de la Banque d'Algérie.

La prédominance des opérations avec la clientèle dans les marges d'intermédiation des banques privées, plus rémunératrices que les opérations avec les institutions financières, et un niveau relativement élevé, bien qu'en baisse progressive, des créances non performantes dans les actifs des banques publiques expliquent le niveau inégal des marges bancaires entre les deux groupes de banques. ⁽¹⁾

A la lumière des indicateurs économiques cités ci-dessus, le secteur bancaire algérien est caractérisé par un faible niveau de bancarisation et un niveau élevé de liquidité bancaire. Le secteur public reste prédominant dans le système financier et demeure encore dans une grande proportion dédié au financement public. Le taux de pénétration dans le PIB est estimé à 2,13% en 2009. ⁽²⁾ Le taux de bancarisation de la population reste faible.

(1) Banque d'Algérie, Rapport sur l'évolution économique et monétaire en Algérie 2010, août 2011.

(2) Banque d'Algérie, Rapport sur l'évolution économique et monétaire en Algérie pour 2010.

3-2) Activité des établissements financiers

L'activité des établissements financiers, de création relativement récente, a évolué plus vite en 2008 que durant les années précédentes, mais a fortement baissé en 2010. Le montant total de leurs actifs est de 66,3 milliards de dinars à fin 2010 contre 82,1 milliards de dinars à fin 2009. Les crédits distribués, de l'ordre de 58,3 milliards de dinars contre 60 milliards de dinars en 2009, sont pour une grande partie accordés aux particuliers pour l'acquisition de biens durables (29 milliards de dinars) et aux entreprises privées (21,5 milliards de dinars), dont un peu plus de la moitié sous forme de crédit-bail. Les ressources des établissements financiers, à fin 2010, sont constituées des fonds propres à hauteur de 23,2 milliards de dinars pour le capital et de 3,8 milliards de dinars pour les réserves, des emprunts obligataires émis (6,9 milliards de dinars), des emprunts sur le marché monétaire interbancaire (23,1 milliards de dinars) et des emprunts à l'étranger (0,7 milliard de dinars). ⁽¹⁾

3-3) Analyse globale de l'activité bancaire et financière en Algérie

Le marché bancaire algérien se caractérise par la prédominance des banques publiques et par la situation de surliquidité avec peu d'allocations de crédit. Cette prédominance de l'actionnariat étatique ne stimule pas suffisamment ce marché.

Nous remarquons ces dernières années (à partir de 2009), la liquidité globale des banques reste importante pour les banques publiques plus que pour les banques privées. Il demeure que l'excès de liquidité reste important pour les deux groupes de banques.

Le secteur financier algérien ne peut, contribuer efficacement au financement de la croissance et répondre aux besoins des agents économiques. Le ratio de financement de l'économie est très faible au regard des économies comparables (Maroc est Tunisie). La bancarisation est aussi en retard et la monnaie fiduciaire reste l'instrument prédominant de paiement et représente plus de la moitié de la masse monétaire.

(1) Rapport de la banque d'Algérie 2010

Néanmoins, les réformes tant juridiques, financières que technologiques, entamées ces dernières années visent la modernisation rapide du secteur, faciliter l'interbancaire et le développement de la bancarisation de masse.

Pour y parvenir, il est impératif donc pour les banques algériennes d'opérer des changements tels que :

- développement du système de paiement,
- restructuration et modernisation des banques publiques,
- encourager l'installation des banques étrangères,
- développer de nouveaux métiers, l'assurance, entre autres.

Bien que le niveau de l'intermédiation bancaire s'améliore progressivement, les indicateurs y afférents restent en deçà de ceux atteints dans les pays méditerranéens voisins de l'Algérie.

Section 04: Les produits d'assurance pouvant être distribués par les banques

Les produits d'assurance qui peuvent être distribués par les banques, établissements financiers et assimilés sont ceux mentionnés dans l'article 2 de la convention de bancassurance (voir annexe N°04), ces produits sont ceux relatifs:

- Aux branches d'assurance de personnes
- A l'assurance crédits.
- A l'assurance des risques simples d'habitation :
- Multirisques habitation.
- Assurance obligatoire des risques catastrophiques.
- Aux risques agricoles.

4-1) Branches d'assurance de personnes

Les assurances de personnes se présentent comme des contrats prévoyant le versement d'un capital ou de rentes à un bénéficiaire en cas de décès ou sans cas de décès, moyennant le paiement de primes par le souscripteur.

Contrairement au risque couvert par les assurances de biens, le risque couvert par les assurances de personnes se produit inévitablement ; seule la date de réalisation (dans le cas d'un décès, par exemple) reste inconnue.

La possibilité de sa survenance à chaque âge de la vie peut être déterminée grâce aux lois de probabilité, ce qui permet ainsi aux actuaires de calculer le montant des primes devant être demandées chaque année aux souscripteurs. ⁽¹⁾

L'assurance vie ouvre droit pour les bénéficiaires au versement d'une somme forfaitaire ou d'un revenu régulier.

Les primes d'assurance sont versées selon les dispositions du contrat, mais l'assuré peut obtenir une avance sur sa police et dispose alors de l'argent qu'il a versé à l'assureur. Il peut aussi racheter son contrat ou obtenir une réduction du montant des primes à venir. ⁽²⁾

Nous distinguons plusieurs catégories d'assurance de personnes : ⁽³⁾

4-1-1) Assurance de personne en cas de décès

La souscription d'une assurance vie permet au bénéficiaire de recevoir le paiement de la valeur nominale de la police lors du décès de l'assuré.

4-1-2) Assurances en cas de vie

Lorsqu'une assurance de capital différé est souscrite, souscripteur et bénéficiaire se confondent en une seule et même personne. Si cette personne est toujours en vie à une date précise dans le contrat, l'assureur lui verse un capital d'un montant déterminé.

Le versement de la rente peut être immédiat si le souscripteur verse un capital constitutif de rente au moment de la signature du contrat. Ce type d'assurance n'est pas transmissible aux héritiers en cas de décès. Plusieurs contrats peuvent être envisagés.

4-1-3) Assurances mixtes combinées

Ce genre de contrat garantit des préventions relatives à la fois à la vie ou au décès de l'assuré. Les prestations des polices d'assurance mixtes ordinaires sont payables à la mort de l'assuré ou à une date d'échéance déterminée si ce dernier est vivant.

(1) François COULIBAUET et autres « les grands principes de l'Assurance » 4^{ème} édition l'argus, Paris, 1999, P 62.

(2) Voir recueil de textes législatifs et réglementaires relatifs à l'activité d'Assurance UAR PP 17-21.

(3) Ces branches d'assurances seront développées dans notre quatrième chapitre.

4-1-4) Les assurances en cas de survie

Les assurances de survie sont des contrats spéciaux, elles s'adressent à des personnes choisies par le souscripteur du contrat. Cette formule prévoit le versement des prestations prévues dans le contrat principal que si le bénéficiaire désigné est vivant. De ce fait, le souscripteur fait profiter les siens d'une des assurances de survie et il en existe plusieurs, à savoir : la rente éducation, la rente de conjoint dans le cadre d'une réversion, la rente de survie des enfants handicapés, le capital de survie...etc.

4-1-5) Assurances vie de groupe

L'assurance vie de groupe constitue un mécanisme d'assurance qui concerne, à titre principal, les relations de travail. Elles permettent d'assurer un nombre déterminé de personnes travaillant dans une entreprise.

Quelques contrats fréquents chez les assureurs algériens sont prévus par l'ordonnance N° 95-07 relative aux assurances notamment dans ses articles 62, 63, 64, 67 de la présente ordonnance.

4-2) Assurance dommages ⁽¹⁾

4-2-1) Assurances habitation

Ce type de contrat a pour but de réparer les conséquences d'un événement dommageable qui affecte le patrimoine de l'Assuré. ⁽²⁾ Le législateur Algérien prévoit notamment dans les articles 29 – 43 de l'ordonnance N° 95 – 07 relative aux assurances ⁽³⁾ toutes les modalités, l'objet, les obligations et les droits de chacun (assureur et assuré).

4-2-2) Risques agricoles

Ce sont des contrats spécifiques destinés aux agriculteurs pour garantir l'assuré contre plusieurs les risques.

(1) Ces branches d'assurances seront développées dans notre quatrième chapitre.

(2) François COULIBAUET et autres, op.cit, op cit P 62.

(3) Recueil de textes législatifs et réglementaires relatifs à l'activité de l'Assurance. Union Algérienne des sociétés d'Assurance, P10.

4-2-3) L'assurance des catastrophes naturelles

Suite au séisme de 2003 qui a frappé la willaya de Boumerdès, l'assurance catastrophe naturelle devient obligatoire. ⁽¹⁾

Une catastrophe naturelle est un événement dommageable provoqué par les forces de la nature.

En règle générale, un tel événement entraîne de multiples sinistres isolés, touchant un grand nombre de parties.

Les risques pouvant faire l'objet d'une assurance catastrophe naturelle sont les suivants :

- les tremblements de terre,
- les inondations et les coulées de boues,
- les tempêtes et les vents violents,
- les mouvements de terrains.

4-3) Crédit et cautions

Elle garantit en cas de décès de l'assuré, le remboursement à la banque, des traites non encore échues au jour du décès. C'est le contrat spécifique pour ne pas laisser de dettes derrière soi et libérer ainsi sa famille de soucis financiers.

Section 05 : Système bancaire algérien face aux défis contemporains

Les domaines financier et bancaire ont observé des changements profonds tant au niveau des méthodes de gestion que dans les critères utilisés pour l'évaluation. L'élargissement de leurs domaines d'intérêt et de leurs fonctions est impératif afin de s'adapter à ces changements et garantir leur survie.

En effet, le système bancaire algérien a connu une série de transformations créées à la fois par le mouvement de l'économie et par l'environnement mondial.

(1) Ordonnance n°03-12 du 26 août 2003 relative à l'obligation d'assurance des catastrophes naturelles et à l'indemnisation des victimes.

À cet égard, les autorités économiques ont consenti plusieurs efforts pour adopter de nouveaux schémas dans la gestion du système bancaire. Nous tenterons de démystifier les défis du système bancaire algérien, les tendances de réformes et leurs implications sur la performance et l'efficacité des banques.⁽¹⁾

5-1) Les défis du système bancaire mondial

5-1-1) La banque universelle

Le phénomène des banques universelles vise à permettre aux banques de remplir les fonctions des banques commerciales, d'investissement et d'affaires. Ce qui rend indispensable l'expansion de ces activités à tous les secteurs, régions et zones, à partir de sources multiples et se diriger vers les différentes activités pour atteindre le développement économique et social. Les banques doivent fournir une gamme complète de services bancaires afin de répondre aux divers besoins des clients.

La crise financière provoquée par des prêts hypothécaires d'Amérique a changé l'équilibre des pouvoirs en faveur des banques universelles, avec leur capacité à fournir des services à la fois aux particuliers et aux investisseurs. Des études récentes menées par le fonds monétaire international ont montré que le concept de banques universelles est devenu plus utile pour les pays en développement qui sont dans le besoin de promouvoir l'investissement à travers les marchés de capitaux locaux et mondiaux, ainsi qu'à travers les institutions qui fournissent des services bancaires traditionnels.⁽²⁾

5 -1-2) La fréquence des crises financières et bancaires

Depuis 1970, plus de cent crises bancaires ont été dénombrées et ont touché 93 pays, en plus d'une cinquantaine de crises moins graves appelées non-régulières qui ont touché 45 pays.⁽³⁾ L'ironie, c'est que les banques les plus vulnérables aux crises sont celles qui ont réalisé une rentabilité plus élevée avant la crise en raison des risques élevés causés par l'activité de spéculation.

(1) عبد المجيد قدي "النظام المصرفي الجزائري أمام التحديات العالمية المعاصرة"، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة العلوم التطبيقية الخاصة تحت عنوان "إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة" 27 - 29 أبريل 2009، الأردن.

(2) Paul KRUGMAN « les banques sont devenues folles » journal New York Times, 24 novembre 2007.

(3) Robert Boyer « Une théorie du capitalisme est-elle possible ? », Ed. Odile Jacob, paris, 2004, p66.

5-1-3) La croissance des services bancaires électroniques

L'explosion observée dans les années quatre-vingt-dix, grâce aux progrès de la technologie de l'information et de communication ont engendré de profonds changements dans le secteur bancaire. La banque électronique offre des services bancaires en utilisant l'internet. Cette tendance a été développée d'une manière drastique après le succès de nombreuses expériences et en raison de sa vitesse de transaction en ligne et à moindre coût. Devant ce remodelage du paysage bancaire, il est plus que exigé de la banque algérienne de suivre cette révolution électronique.

5-1-4) Le respect des normes de la banque universelle

L'amplification des risques liés à l'activité bancaire, obligent l'autorité monétaire à soumettre cette activité à un ensemble de règles et réglementations internationales visant à protéger les droits des déposants d'une part, et les propriétaires de la banque d'autre part.

Ces règles visent à protéger les banques contre les risques avant qu'ils ne surviennent, afin de maintenir leurs fonds propres, et d'assurer un certain niveau de liquidité et de solvabilité financière. ⁽¹⁾

La réalisation de ces critères et normes a été confié au comité Bâle sur le contrôle bancaire, qui a été fondée en 1975 par décision des banques centrales du groupe des dix pays les plus industrialisés. La création de ce comité est venue suite à la crise de la banque allemande (Halbstadt) et l'américaine (Franklin). La convention de bale est venue à présent, en deux formats :

5-1-4-1) La convention de Bâle I en 1988

Un des principaux résultats de cette première convention est de déterminer le niveau suffisant du capital, ce qui permet d'arrêter le déclin continu dans le capital des banques internationales, qui a été observé tout au long de vingtième siècle et le règlement de la situation entre les banques intervenant au niveau international. ⁽²⁾

(1) Philippe Bernard & autre « Mesure et contrôle des risques de marché », Economica, Paris, 1996, pp60-90.

(2) SIM Karadz et Michael Taylor «Towards a new global standard banking», Journal of Finance and Development, Volume 37 / Issue 04, December 2000, p 50.

Le travail est principalement destiné aux grandes banques internationales, et l'application des principes de la convention relève de la responsabilité des autorités nationales.

Bien qu'il existe plusieurs types de risques bancaires, l'accent du comité Bâle est parvenu principalement sur le risque de crédit et, secondairement, sur les risques de financement. Les pays ont été classés en deux groupes de la manière suivante:

- Groupe A: comprend le groupe de pays à risque faible (les pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), en plus de l'Arabie Saoudite comme l'un des pays qui ont des accords spéciaux de prêt avec le FMI).
- Groupe B: il inclue le reste du monde, considéré par les pays membres du comité de Bâle comme des pays à risque élevé.

En conséquence, le Comité a élaboré une norme minimale à atteindre par les banques internationales, avec l'objectif d'atteindre des ratios de fonds propres fondés sur des bases saines. La cible est d'atteindre le ratio du capital aux actifs (risques pondérés) de 8% (dont pas moins de 4% du capital principal). Ce ratio est le niveau minimum que les banques internationales s'engageaient à réaliser depuis fin 1992. Ce ratio est appelé critère d'adéquation du capital ou ratio Cooke.

5-1-4-2) Bâle II en 2004

A la fin des années 1990, on a pensé à modifier la convention de Bâle I pour ne pas se limiter à l'examen de l'adéquation du capital minimum, mais passer également à la modification des méthodes de gestion des risques pour permettre la promotion et l'expansion des objectifs de contrôle pour assurer la stabilité du système financier dans son ensemble et pas seulement pour assurer la gestion efficace et le maintien de la banque. Les objectifs tracés étaient : ⁽¹⁾

- plus de sécurité du système bancaire mondial,
- renforcer l'égalité et l'équilibre entre les banques dans une compétition internationale,
- l'inclusion des risques non considérés auparavant.

(1) Les normes de Bâle II devraient remplacer les normes mises en place par Bâle I en 1988 et visent notamment à la mise en place du ratio Mc Donough destiné à remplacer le ratio Cooke.

5-1-5) La libéralisation des services bancaires

La tendance aujourd'hui, c'est de réduire le degré de restrictions imposées au secteur bancaire, ce qui conduit au développement des marchés financiers et l'introduction de la politique monétaire indirecte ⁽¹⁾ et la mise en place d'un système de surveillance solide qui travaille à :

- accroître les investissements et améliorer leur qualité,
- financement de projets en utilisant les crédits bancaires,
- rapprocher l'épargne de l'investissement par le biais de la maîtrise des prix,
- dissiper les entraves sur les marchés.

Le succès de la libéralisation du secteur bancaire repose sur les facteurs suivants:

- la stabilité économique,
- disponibilité et échanges d'information et la coordination entre les banques,
- suivre la séquence ou la hiérarchie dans les étapes de la libéralisation,
- supervision des marchés financiers.

Ces facteurs ne sont pas pleinement réalisés dans les pays en développement, en particulier en ce qui concerne la disponibilité de l'information et de sa crédibilité.

Libéralisation du secteur bancaire a conduit à une concurrence accrue entre les banques commerciales, à la fois locale, régionale et mondiale, et entre banques et institutions financières. Notamment avec l'émergence d'institutions non financières fournissant des services bancaires.

5-2) Les défis du système bancaire algérien

Devant le système bancaire algérien un ensemble de défis, notamment:

5-2-1) La lutte contre la corruption et le blanchiment d'argent

La corruption et le blanchiment d'argent est l'un des crimes économiques les plus graves, parce qu'ils représentent une série d'infractions comme le trafic de drogue, la contrefaçon de monnaie, la corruption de l'argent et le trafic d'armes, de sorte à dissimuler les sources de fonds illicites, ce qui permet de les réinjecter dans l'économie.

(1) La politique monétaire indirecte consiste en : l'abandon du système des accords préalables, la libération des taux d'intérêt créditeurs et débiteurs, l'instauration d'un marché des certificats du trésor, l'adoption d'un taux unique de refinancement suite à la suppression des taux historiques, la mise en place du système des réserves obligatoires et des plafonds de refinancement.

Ce qui rend les banques directement impliquées dans la lutte contre ce phénomène avec d'autres institutions.

Les banques algériennes se retrouvent en face de relever le défi de ce phénomène et ce conformément aux engagements de l'Algérie (la loi 05-01 relative à la prévention du blanchiment d'argent et le financement du terrorisme)⁽¹⁾ et aux recommandations du fonds monétaire international à cet égard.

5-2-2) Nouveaux besoins de l'activité économique

Il est plus que nécessaire de changer l'environnement de travail des institutions économiques, leurs modes de financement, leur organisation et leur gestion, afin de mieux s'engager dans la logique de l'économie de marché. Il était donc évident de penser à créer un marché financier en Algérie. Bien que la bourse d'Alger est restée inactive. Cela peut être dû à la prédominance des entreprises familiales et leur éloignement des principes de gouvernance d'entreprise de la transparence et publication des comptes.

La bourse d'Algérie a contribué d'une manière implicite dans la non-transmission des effets de la crise financière mondiale à l'économie algérienne à cause de l'absence d'intervenants étrangers et des produits dérivés, ce qui réduit la spéculation.

Face à cette situation, le système bancaire algérien sera contraint de répondre aux besoins du cycle économique (financement de l'investissement et d'exploitation) par le bais de l'économie d'endettement, d'où un besoin accru pour l'activité d'assurance.

5-2-3) Faire face aux effets des crises financières

Exposée à des crises du système bancaire, tant celles causées par l'efficacité de la banque que celles dû à l'environnement monétaire international, ce qui rend les banques incapables de satisfaire leurs obligations d'où l'intervention des gouvernements pour sauver la situation.

(1) Ordonnance N°12-02 du 13 février 2012 modifiant et complétant la loi N°05-01 du 6 février 2005 relative à la prévention et à la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.

La capacité du système bancaire pour faire face à la crise repose sur l'efficacité des mesures de précaution prévues par les autorités sur la prévention des crises bancaires et sur la capacité des autorités à intervenir afin de minimiser la détérioration des actifs et la réalisation des pertes.

La vulnérabilité des systèmes bancaires se détermine en fonction du degré d'ouverture de l'économie et la nature des produits financiers en circulation, plus le système met sur le marché des produits de spéculation plus la vulnérabilité de ce système augmente. D'autres facteurs peuvent provoquer des crises comme le volume de la dette extérieure et s'appuyer sur un seul produit sur le marché international (le pétrole par exemple).

Partant de la nécessité de renforcer la solidité financière du système bancaire algérien : ⁽¹⁾

- les autorités monétaires ont essayé de gérer d'une manière prudente les réserves de change (ne pas investir dans les actifs à risque),
- réduire la dette extérieure en payant par anticipation. Le FMI a classé l'Algérie au titre du pays le moins endetté des 20 pays de la région MENA pour l'année 2012, et deuxième plus gros détenteur de réserves officielles de change après l'Arabie saoudite, avec des prévisions de clôture de l'année 2012 de 205,2 milliards de dollars.
- sauvegarder une partie de l'excédent budgétaire dans un fonds de régulation de recettes. au début 2012, le Fonds de régulation s'élève à 65 milliards de dollars.
- préférence au financement de l'économie en dinars algériens afin d'absorber l'excédent des liquidités sur le marché monétaire.
- constituer une réserve composée de monnaies étrangères (quarante mois d'importations) dans le but de défendre le dinar et absorber les chocs externes.

5-3) Evaluation du système bancaire algérien

5-3-1) le degré de bancarisation

Malgré la hausse continue du réseau bancaire, Une agence pour 28 000 habitants selon la fédération du patronat (FCE) reste très loin de la norme mondiale et loin de nos voisins. Une agence pour 12000 habitants au Maroc et une pour 9000 habitants pour la Tunisie. ⁽²⁾

(1) Rapport du FMI, « les perspectives économiques de la région du Moyen-Orient et l'Afrique du nord », Washington, 21 avril 2012.

(2) Hassan HADDOUCHE « La bancarisation contrariée de l'économie algérienne », liberté, 11 aout 2012

5-3-2) Rapport coût-efficacité et la taille du secteur bancaire algérien**Tableau N°07 : rapport masse monétaire/PIB**

pays	2007	2008	2009	2010	2011
Algérie	53,9	54,8	65,9	59,2	59,7
Tunisie	53,3	54,6	58,3	60,6	65,6
Maroc	99,1	102,5	105,3	107,8	109,4

Source : Rapport du FMI, « les perspectives économiques de la région du Moyen-Orient et l'Afrique du nord », Washington, 21 avril 2012.

Le taux d'adoption de la croissance de la masse monétaire / PIB passe de 53,9% en 2007 à 59,7% en 2011. Ce qui est comparable à la Tunisie (65,6%), mais il est loin du Maroc (109,4%).

5-3-3) L'absence de concurrence et de la domination du secteur public

La part de marché des banques publiques oscille les 90% en Algérie. La structure de propriété des banques ainsi que des conditions sous-jacentes comme les rendements élevés sur la dette publique excluent vraisemblablement le crédit aux entreprises privées. En effet, la dette publique et les prêts accordés aux entreprises publiques représentent un tiers du total du bilan des banques algériennes, dépassant ainsi la part des crédits au secteur privé. ⁽¹⁾

Le rôle dominant de l'état dans le secteur bancaire semble avoir un impact négatif sur la qualité même des crédits. En effet, les ratios de créances douteuses sur les créances totales sont parmi les plus élevés au monde. Cela se reflète dans le degré de concurrence entre les banques, ce qui influe sur le niveau des services fournis, sur la poursuite du développement et l'introduction de produits nouveaux.

5-3-4) L'absence de proportionnalité entre la structure du PIB et la structuration de l'économie réelle**Tableau N°08 : Consommation en PIB entre 2006-2010 (en pourcentage)**

Année	2006	2007	2008	2009	2010
Consommation total	42,9%	43,3%	43,3%	54%	52,5%
Secteur public	11,2%	11,6%	13,2%	16,4%	18%
Secteur privé	31,7%	31,6%	30,2%	37,6%	34,5%

Source : Rapport banque d'Algérie 2010.

(1) Rapport du F E M I «Convergence of banking sector regulations and its impact on bank Performances and growth: the case for Algeria, Egypt, Morocco and Tunisia», Juliet 2011.

**Tableau N°09 : Répartition des crédits à l'économie par secteur
2007-2010 (en milliards de dinars)**

Année	2007	2008	2009	2010
Total crédits	2 203,7	2 614,1	3 085,1	3 266,7
Secteur public	44,8%	46%	48,1%	44,7%
Secteur privé	55,1%	54%	51,9%	55,3%
Administrations locales	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%

Source : rapport banque d'Algérie 2010.

Nous constatons le manque d'harmonie entre la structure du PIB, et la structure des crédits accordés comme le montre bien les tableaux ci-dessus.

Il est vrai qu'il y a une amélioration dans le volume des crédits accordés au secteur privé depuis 2007 mais reste en deçà de la répartition de consommation en PIB entre les deux secteurs.

En dépit de tous les changements connus par le secteur bancaire algérien pour atteindre un très grand niveau de développement, mais compte tenu de la taille de l'économie algérienne et de sa nature à base de pétrole, il reste beaucoup d'aspects à revoir.

Conclusion du troisième chapitre

De l'étude précédente, il est clair, que les différents acteurs de la finance demandent d'introduire de nouvelles idées et mécanismes afin de développer et de moderniser le système bancaire et financier.

Le succès du processus de la réforme bancaire en Algérie nécessite d'apporter des modifications qui permettront de faire face aux exigences des différents secteurs économiques (l'industrie, l'agriculture et le commerce).

L'Algérie nécessite donc plus d'efforts pour développer son secteur financier et bancaire pour faire face aux défis posés par la mondialisation économique.

La réforme bancaire et financière en Algérie vise, également, la promotion de la bancassurance pour mieux rentabiliser les réseaux d'agences, mais aussi pour la stimulation de l'activité et la sécurité financière des sociétés d'assurance.

Quatrième chapitre : Etats et tendances de l'assurance algérienne

L'assurance de par le monde est une activité réglementée, régie par une loi spécifique qui détermine la compétence, les obligations et les droits de chacun (assureurs et assurés).

Pour bien comprendre l'opération d'assurance, il est impératif de revenir à la définition juridique ⁽¹⁾ de l'assurance qui considère l'assurance comme un contrat par lequel, l'assuré se fait promettre par une autre partie (l'assureur) une prestation en cas de réalisation d'un risque moyennant le paiement d'un prix appelé prime ou cotisation.

L'économie algérienne post-indépendante, est passée par deux étapes, l'économie dirigée ou avant 1988, puis l'économie de marché après 1988.

Nous tenterons, à travers la première section de ce chapitre, de présenter l'activité de l'assurance pendant ces deux étapes, les différentes caractéristiques, ainsi que les différentes mesures prises par les pouvoirs publics en matière de l'organisation, de réglementation et de la régulation du secteur des assurances.

Dans la deuxième section, nous essaierons de présenter les acteurs du marché des assurances en Algérie, à savoir : le réseau de distribution, les institutions en charge des assurances, les différentes sociétés d'assurance et les intermédiaires en distribution.

Afin de bien cerner les produits d'assurance commercialisés par les sociétés d'assurance activant en Algérie, nous procéderons à les segmenter en assurance de bien et de responsabilité (troisième section) et en assurance de personne (quatrième section). Ce même critère a été retenu par les pouvoirs publics en exigeant des sociétés d'assurance de séparer les deux activités avec une date butoir le 1 juillet 2011. ⁽²⁾

Enfin, nous analyserons dans la cinquième section, les caractéristiques du marché des assurances en Algérie et son évolution.

(1) l'article 619 du code civil algérien.

(2) Loi 06-04 du 26 février 2006 relative aux assurances, modifiant et complétant l'ordonnance 95-07.

Section 01 : Historique de l'assurance en Algérie

Au lendemain de l'indépendance, plusieurs compagnies d'assurance étrangère opéraient en Algérie. Le législateur algérien a reconduit par la loi 62-157 du 21 décembre 1962, tous les textes en attendant la mise en place d'une réglementation afin de sauvegarder les intérêts de la nation. En quittant le pays, les compagnies étrangères ont laissé des engagements qui ont finalement été pris en charge par le marché algérien pour régler les indemnisations de leurs assurés.⁽¹⁾

Le processus de rétablissement du marché a été scindé en deux étapes. La première a consisté en la nationalisation de l'activité et en la spécialisation des compagnies, la deuxième, au contraire, en la déspecialisation et en l'ouverture progressive du marché.

Il est impératif ici de distinguer les assurances économiques des assurances sociales, l'objectif des assurances sociales étant non lucratif, leur caractère est celui de service public. Il existe en Algérie cinq (05) caisses en l'occurrence la caisse nationale des assurances sociales (CNAS), la caisse nationale des assurances sociales pour les non-salariés (CASNOS), la caisse nationale de retraite (CNR), La caisse nationale de recouvrement des cotisations de sécurité sociale (CNRSS) et la caisse nationale d'assurance chômage (CNAC). Cette dernière prend en charge actuellement l'indemnisation des travailleurs licenciés pour des raisons économiques.

Si l'objectif des Assurances sociales n'étant pas lucratif, celui des assurances économiques l'est, ce secteur tout comme les autres secteurs économiques connaissent plusieurs formes de réformes, son évolution ⁽²⁾ peut-être subdivisée en trois (03) périodes :

1-1) La période de 1962 à 1988

La gestion de l'assurance nationale remonte à la promulgation de la loi 63/197 du 08 juillet 1963 qui a mis en place la première compagnie d'assurance à savoir la compagnie algérienne des assurances et des réassurances (CAAR), en parallèle il existe une compagnie d'économie mixte appelée STAR Mixte entre l'Algérie et l'Egypte.

(1) BENILLES Billel « Les sociétés d'Assurances takaful et les sociétés d'assurances traditionnelles entre la théorie et l'expérience pratique », colloque international, faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion, Université Ferhat Abbas, 25-26 avril 2011.

(2) Nedjma B « l'histoire contée de l'assurance algérienne » le mensuel de l'automobile, décembre 2000, N°5, p12.

A cette époque, les autorités algériennes ont apposé une obligation aux compagnies d'assurances étrangères de céder 10 % de leur portefeuille au profit de la CAAR.

En 1966, l'Algérie indépendante institue le monopole de l'Etat sur les opérations d'assurances (ordonnance n° 66-127 du 27 mai 1966). Les entreprises publiques nationalisées étaient : la CAAR, spécialisée dans les risques transports et industriels, et la société algérienne des assurances (SAA), après rachat des parts égyptiennes, pour les risques automobiles, assurances de personnes et risques simples. ⁽¹⁾

En 1974, les pouvoirs publics algériens décident de spécialiser les sociétés d'assurances, ainsi la CAAR fut versée dans la protection économique nationale et les risques industriels et dans l'investissement, la SAA fut spécialisée dans les risques des ménages, l'automobile et les assurances de personnes.

En 1975, les autorités publiques restructurent l'activité de réassurance, cette branche était pratiquée par la CAAR puis fera l'objet du monopole par la compagnie centrale de réassurance(CCR) à partir de cette année. ⁽²⁾ Ainsi, l'obligation a été faite aux compagnies d'assurances d'effectuer l'intégralité de leurs cessions au profit de la CCR.

Avec ces dispositions, l'Etat algérien a suspendu tous les mécanismes de marché et de commerce, donc de compétitivité, d'initiatives et de développement.

Il y a lieu de signaler que toute la réglementation antérieure a été abrogée en 1975, donc a laissé un vide juridique, ce n'est qu'en 1980 qu'une loi a été promulguée pour combler ce vide, c'est la loi 80.07 du 09 août 1980. ⁽³⁾

Un décret 82/482 du 13 décembre 1982 vient pour établir la nomenclature des opérations d'Assurance.

(1) BENILLES Billel , op.cit.

(2) Arrêté ministériel N° 228 du 21 Mai 1975 portant réorganisation et l'exploitation du marché de l'Assurance.

(3) Journal officiel N° 33 du 12 Août 1980.

En 1985, et dans un cadre de restructuration de l'économie, un décret 85/82 ⁽¹⁾ permet à la CAAR de donner naissance à une autre compagnie en l'occurrence, la compagnie algérienne des assurances de transport (CAAT).

En plus de ces compagnies, deux mutualités ont été reconduites à poursuivre leurs activités, en effet l'arrêté du 29 décembre 1964 a créé la MAATEC (mutuelle algérienne d'assurances des travailleurs de l'éducation et de la culture), cette caisse sera par la suite autorisé pour exercer dans l'assurance automobile et de l'habitation.

L'arrêté du 28 avril 1964, porte agrément de la caisse centrale de réassurance des mutuelles agricoles (CCRMA), cette caisse sera remplacée plus tard par la CNMA (caisse nationale de mutualité agricole). ⁽²⁾

1-2) La période 1988-1995

A partir de 1988, les entreprises économiques sont soumises aux lois d'une économie de marché donc susceptibles à la faillite et désormais autonomes. Cette époque a donné naissance à de nouvelles dispositions dont les objectifs étant les suivants :

- la parution des textes relatifs à l'autonomie des entreprises publiques entraîne la déspecialisation. A compter de cette date, les sociétés ont pu souscrire dans toutes les branches.
- réhabiliter la concurrence entre les entreprises,
- la considération de la rentabilité des entreprises,
- augmenter la productivité des facteurs humains et du capital,
- développer les facteurs de production notamment l'acquisition des nouvelles technologies,
- la maîtrise des méthodes de la gestion moderne,
- la maîtrise de la matière assurable et améliorer les prestations au profit de l'assuré tout en l'impliquant dans le processus de production de service (la servuction).
- liberté de créer des nouveaux produits et notamment ceux liés à la personne (assurances de personnes).
- arriver à un meilleur équilibre financier des compagnies.

(1) Décret 85/82 d'avril 1985, portant la naissance de la CAAT.

(2) L'ordonnance 72/64 du 12 décembre 1972.

Afin d'atteindre ces objectifs, plusieurs mesures ont été prises, entre autres, le conseil d'administration qui doit diriger les entreprises. La mise en place de cette mesure a touché bel et bien les entreprises d'assurances.

Cependant, la concurrence ainsi créée, entre les compagnies d'assurance a failli prendre une forme d'une guerre des tarifs, ⁽¹⁾ au lieu de participer à l'amélioration de la qualité de service.

1-3) La période de 1995 à nos jours

L'ordonnance 95/07 du 25 janvier 1995 supprime le monopole de l'Etat dans les assurances d'où la naissance de plusieurs compagnies privées et la démonopolisation effective dans le secteur. Aujourd'hui, des compagnies privées et publiques sont sur le terrain avec comme unique objectif : satisfaire la clientèle, le slogan commun à tous les assureurs est résumé en trois mots clés : efficacité, compétitivité et rapidité. ⁽²⁾

Cette ordonnance est le texte de référence du droit algérien des assurances, c'est par ce texte que sont réintroduits les intermédiaires d'assurances (agents généraux et courtiers), disparus avec l'institution du monopole de l'Etat sur l'activité d'assurance. ⁽³⁾

Cette loi fondamentale relative aux assurances a été suivie par une série de textes législatifs régissant la profession.

Dans ce contexte, les dispositions de la loi N°06-04 du 20 février 2006 encadrent les conditions d'un marché favorisant une croissance réelle et une activité maîtrisée à travers les axes suivants :

- La stimulation de l'activité par la diversification des produits d'assurance avec en particulier la promotion des assurances de personnes, mais également la diversification des modes de distribution des produits avec la possibilité donnée aux compagnies d'assurance de distribuer leurs produits par le biais du réseau bancaire.

(1) Ali Djeudi « UAR : présentation et perspectives », revue algérienne des assurances, mai 1997 N° 0 U.AR Algérie, P 5.

(2) Nedjma. B, opcit, P 12.

(3) BENILLES Billel , op.cit..

- Le renforcement de la sécurité financière et de la gouvernance des sociétés d'assurance, avec l'exigence aux acteurs d'une bonne solidité financière et d'un management de qualité, ainsi qu'à travers les mesures de sauvegarde des intérêts des assurés.
- La libération de l'activité et les opportunités offertes au secteur, privé d'exercer dans le secteur des assurances.
- Généralisation de l'assurance de groupe.
- Séparation des activités des compagnies (personnes et dommages).
- Création d'un fonds de garantie des assurés.
- Obligation de libération totale du capital pour agrément.
- Institution d'une commission de supervision des assurances chargée de veiller au respect, par les sociétés et intermédiaires d'assurances agréés, des dispositions législatives et réglementaires relatives à l'assurance et à la réassurance, de s'assurer que ces sociétés tiennent et sont toujours en mesure de tenir les engagements qu'elles ont contracté à l'égard des assurés, de vérifier les informations sur l'origine des fonds servant à la constitution ou à l'augmentation du capital social de la société d'assurances et/ou de réassurance.

En fin, le contentieux entre l'Algérie et la France qui trouve son origine en 1966, ⁽¹⁾ au moment de la création du monopole de l'Etat sur l'activité d'assurance et après de longues négociations, ce contentieux a été définitivement réglé en 2008, ouvrant ainsi la voie à la pénétration du marché algérien par les groupes d'assurances français qui en étaient jusqu'alors écartés.⁽²⁾

Les sociétés françaises signataires de la convention sont désormais réputées avoir apuré leurs engagements et sont donc, à ce titre, éligibles de plein droit à l'agrément pour effectuer des opérations d'assurance en Algérie.

(1) En effet, les sociétés françaises présentes sur le territoire de la république algérienne jusqu'au 31 mai 1966 avaient contracté des engagements auprès des assurés algériens. Une fois les sociétés françaises parties, ces engagements ont été honorés par les sociétés algériennes. Cependant, les biens immobiliers acquis en contrepartie de ces engagements étaient restés juridiquement en possession des sociétés françaises. De ce fait, les sociétés algériennes ont dû régler les sinistres sans pouvoir utiliser les actifs correspondants.

(2) R. E «mettre fin au contentieux sur les assurances », liberté du 08 mars 2008.

Section N°02 : Les acteurs du marché des assurances en Algérie

Plusieurs professions sont ici considérées. En premier lieu les professionnels chargés de la vente des contrats d'assurance. Souvent, ils effectuent une partie de la gestion du contrat, allant de la proposition d'assurance à la gestion complète de la relation entre l'assuré et la compagnie, y compris en cas de sinistre. Ce sont essentiellement les agences directes, les agents généraux, les courtiers et récemment les banquiers.

Ensuite, d'autres professionnels interviennent, en amont ou en aval de la production des contrats. C'est le cas des experts, professionnels en charge de l'évaluation des biens à assurer et du conseil en assurance. Ces mêmes experts interviennent également en cas de sinistre pour évaluer le montant des dommages.

Des médecins peuvent être saisis dans l'évaluation lorsque les dommages touchent les personnes.

Des avocats spécialisés peuvent enfin intervenir en cas de litiges impliquant soit une négociation, soit un arbitrage ou même lorsque une instance judiciaire est engagée.

2-1) Le réseau de distribution

En Algérie, la distribution de l'assurance se caractérise par une très grande diversité de ses réseaux. Les formes de distribution traditionnelles s'appuient principalement sur les agences directes, les intermédiaires notamment les agents généraux et les courtiers d'assurance. Elles incluent également, récemment, quelques agences bancaires.

Cependant les autres réseaux qui peuvent intervenir dans la distribution de l'assurance peinent à paraître comme le publipostage, vente par téléphone, par Internet, ainsi que les points de vente chez les distributeurs et les constructeurs automobile par exemple. Ces derniers commencent à voir le jour, où nous trouvons chez les concessionnaires des points de vente appartenant aux sociétés d'assurance.

Le réseau de distribution de l'assurance en Algérie est donc composé de quatre types d'intervenants :

- Les compagnies elles-mêmes disposent d'un réseau étendu de points de vente, dits «agences directes». Ce sont des salariés des compagnies qui assurent la vente des produits. Ce réseau est très présent chez les assureurs publics traditionnels. Pour leur part, les nouveaux assureurs se partagent entre la constitution d'un réseau formé de salariés et le recours à des agents généraux.
- Le deuxième réseau de distribution est constitué des agents généraux. Ce sont des mandataires commissionnés des compagnies d'assurances, habilités à distribuer tout ou partie des produits de la compagnie. Beaucoup d'agents généraux sont d'anciens cadres des compagnies publiques. ⁽¹⁾
- Les courtiers d'assurance sont mandataires des assurés pour lesquels ils recherchent auprès des différentes compagnies du marché les meilleures couvertures aux meilleurs prix. Dans la pratique, les courtiers travaillent avec un nombre limité de compagnies.

(1) En vertu de l'article 253 de l'Ordonnance N° 95-07 du 25 janvier 1995, l'agent général d'assurance est une personne physique qui représente une ou plusieurs sociétés d'assurance, en vertu d'un contrat de nomination portant son agrément en cette qualité. l'agent général, en sa qualité de mandataire, met :

- d'une part, à la disposition du public sa compétence technique, en vue de la recherche et de la souscription du contrat d'assurance pour le compte de son mandant.
- d'autre part, à la disposition de la ou des sociétés qu'il représente, ses services personnels et ceux de l'agence générale, pour les contrats dont la gestion lui est confiée.

L'article 254 de l'ordonnance supra prévoit que le contrat type de nomination régissant les relations entre l'agent général et la société d'assurance qu'il représente est établi par l'association des sociétés d'assurance. Si ce contrat n'existe pas, il est établi par l'administration de contrôle. Tout contrat de nomination doit être préalablement communiqué à l'administration de contrôle et indiquer notamment le montant du cautionnement et les taux de commissionnement, dans un délai de quarante-cinq (45) jours avant sa date d'effet.

Quant à l'article 255, stipule que l'agent général d'assurance doit réserver l'exclusivité de sa production, à la ou aux sociétés qu'il représente, pour les opérations d'assurance pour lesquelles il est agréé. Il ne peut représenter qu'une seule société pour la même opération d'assurance.

L'article 256 dispose que le contrat à durée indéterminée, passé entre la société d'assurance et son agent général peut cesser, après préavis, par la volonté d'une des parties contractantes. Toutefois, la résiliation du contrat d'une manière unilatérale par un des contractants peut donner droit à des dommages et intérêts à la partie lésée, conformément aux dispositions du code civil.

L'article 257 prévoit que les sociétés d'assurance agréées sont tenues d'informer l'administration fiscale de tout agrément délivré pour l'exercice de la profession d'agent général d'assurance.

Ils sont peu nombreux, mais leur nombre est en progression constante et ils sont maintenant représentés au niveau du conseil national des assurances. ⁽¹⁾

- Enfin, récemment, est apparue une quatrième forme de distribution des produits d'assurance. Il s'agit de la bancassurance. Ici, ce sont des guichetiers des banques formés à cet effet qui, dans le cadre du réseau de distribution bancaire, proposent aux clients de la banque des produits d'assurance. ⁽²⁾

2-2) Les institutions en charge des assurances

En plus du ministère des finances (par le biais de la direction des assurances), le législateur algérien a prévu un cadre institutionnel organisé autour de trois institutions autonomes à titre principal : la centrale des risques, le conseil national des assurances (CNA) et la commission de supervision des assurances (CSA).

Les pouvoirs publics y tiennent un rôle déterminant. ⁽³⁾ Cette organisation multipartite est la marque de la volonté des pouvoirs publics d'inscrire le secteur dans un cadre juridique qui a pour objectifs à la fois la protection des intérêts des assurés et le développement du secteur des assurances qui se veut social et économique.

(1) En vertu de l'article 258 de l'ordonnance 95/07, Le courtier d'assurance est une personne physique ou morale qui fait profession à son compte de s'entremettre entre les preneurs d'assurance et les sociétés d'assurance, en vue de faire souscrire un contrat d'assurance. Le courtier est le mandataire de l'assuré et est responsable envers lui.

L'article 259 prévoit que la profession de courtier d'assurance est une activité commerciale. A ce titre, le courtier est soumis à l'inscription au registre de commerce et aux autres obligations à la charge du commerçant.

L'article 260 dispose qu'outre les conditions prévues à l'article 259 ci-dessus, le courtier d'assurance ne peut exercer son activité qu'après avoir obtenu l'agrément délivré par l'administration de contrôle.

L'article 261 stipule que tout courtier d'assurance est tenu de souscrire une assurance le couvrant contre les conséquences pécuniaires de sa responsabilité civile professionnelle.

L'article 261 bis(ajouté par l'article 55 de loi 06/04) prévoit que les courtiers d'assurance doivent transmettre à la commission de supervision des assurances, les états comptables, statistiques et tous autres documents connexes jugés nécessaires dont la liste et les formes sont fixées par arrêté du ministre chargé des finances

L'article 262 stipule que tout courtier d'assurance qui se voit confier des fonds en vue d'être versés aux sociétés d'assurances agréées ou à des assurés, est tenu de justifier à tout moment d'une garantie financière affectée au remboursement de ces fonds.

(2) l'arrêté N°60 du 6 août 2007 fixant les produits d'assurance autorisés à distribuer par les banques ainsi que le niveau maximum de commission.

(3) Mohamed BENARBIA « Les perspectives de développement de l'industrie des assurances en Algérie et les réformes nécessaires pour promouvoir ses capacités concurrentielles », Colloque international, Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion, Université Ferhat Abbas, 25-26 avril 2011.

2-2-1) Le ministère des finances

Le ministère des finances exerce une autorité de contrôle sur le secteur des assurances public et privé, en permettant aux assureurs d'exploiter les branches et les produits d'assurance pour lesquelles elles sont habilitées et tout en s'assurant de leurs aptitudes à honorer leurs engagements vis-à-vis de leurs clients. ⁽¹⁾

En effet, les sociétés d'assurances et/ou de réassurance ne peuvent exercer leur activité qu'après avoir obtenu l'agrément du ministre.

Le ministère des finances intervient pour délivrer l'autorisation préalable pour l'ouverture en Algérie de succursales d'assurances étrangères et pour l'ouverture de bureaux de représentation des sociétés d'assurances et/ou de réassurance. L'ouverture de succursales étrangères est soumise à l'autorisation préalable sous réserve du principe de réciprocité.

C'est également le ministre qui agréé une association professionnelle d'assureurs de droit algérien à laquelle les sociétés d'assurances et/ou de réassurances étrangères sont tenues d'adhérer.

Le ministère des finances agréé pareillement une association professionnelle des agents généraux et des courtiers, comme il établit la liste des documents que les sociétés d'assurances et/ou de réassurance doivent fournir à la commission de supervision des assurances(CSA).

S'agissant des recours dont disposent les assureurs, le refus d'agrément de la part du ministre des finances peut faire l'objet d'un recours devant le conseil d'Etat.

2-2-2) La centrale des risques

La centrale des risques est rattachée à la direction des assurances au ministère des finances. Elle a pour mission la collecte et la centralisation des informations afférentes aux contrats d'assurance dommages souscrits auprès des sociétés d'assurance. ⁽²⁾

(1) Mohamed SEBA « pour une imagination plus fertile », partenaire N°16-mai2001, p14.

(2) Billel BENILLES « l'évolution du secteur algérien des assurances », colloque international sur les sociétés d'assurance takaful et les sociétés d'assurances traditionnelles entre la théorie et la pratique, université Ferhat Abbas Sétif, 25 et 26 avril 2011, p8.

2-2-3) Conseil national des assurances

L'Etat algérien a créé le conseil national des assurances (CNA)⁽¹⁾ comme organe de réflexion et de concertation et fixé les attributions, la composition et le fonctionnement de cet organe.

En vertu de l'article 02 du décret exécutif n°07-137 du 19 mai 2007, le conseil national des assurances délibère sur toutes les questions relatives à tous les aspects de l'activité d'assurance et de réassurance ainsi que celles concernant les opérations qui interviennent dans ce domaine. Il est saisi soit, par le ministre chargé des finances soit, à la demande de la majorité de ses membres.

Le conseil national des assurances peut soumettre au ministre chargé des finances toutes propositions visant à mettre en œuvre les mesures propres à rationaliser le fonctionnement de l'activité des assurances ainsi qu'à promouvoir celle-ci (article 03 du décret supra). Il peut également proposer, conformément à la législation en vigueur, toutes mesures relatives:

- aux règles techniques et financières visant à améliorer les conditions générales de fonctionnement des sociétés d'assurance et de réassurance ainsi que celles des intermédiaires,
- aux conditions générales des contrats d'assurance et des tarifs,
- à l'organisation de la prévention des risques.

Les objectifs de cet organe peuvent être résumés dans les points suivants :

- développer et promouvoir l'activité de l'assurance par le biais des travaux scientifiques et des ateliers organisés à cet effet,
- orienter la politique générale en matière de l'assurance,
- améliorer les conditions de fonctionnement des sociétés d'assurance et de réassurance afin de garantir leur solvabilité et améliorer le professionnalisme,
- veiller à l'équilibre des droits et obligations des assurés et assureurs,
- proposer les conditions minimales pour les contrats afin d'éviter les sous assurances.
- mettre en œuvre les tarifs d'assurance conformes à la réalité algérienne.
- développer les actions de coopération avec l'étranger,

(1) Décret exécutif n° 95-339 du 30 Octobre 1995, portant ; attributions, composition, organisation et fonctionnement du Conseil national des assurances (J.O. n° 65 du 31 Octobre 1995), modifié et complété par le décret exécutif n°07-137 du 19 mai 2007. (J.O n° 33 du 20 mai 2007).

- mettre en œuvre un centre de recherche en vue de développer les assurances en Algérie

En plus de ces objectifs que la CNA devrait réaliser, plusieurs autres objectifs ont été attendus par ces réformes entre autre :

- la réhabilitation des fonctions des intermédiaires, ⁽¹⁾ (l'agent général, qui sera agréé par la société d'assurance et exercera son métier dans le cadre d'une compétence territoriale prédéfinie par l'assureur, le courtier est une personne physique ou morale agréé par le ministère des finances est mandaté de l'assuré),
- développer les assurances de personnes,
- la maîtrise des coûts et de productivité surtout quand on sait que les charges du personnel constituent 59 % des charges de gestion des sociétés d'assurance. ⁽²⁾

2-2-4) La commission de supervision des assurances

La commission de supervision des assurances arrête annuellement un programme de travail, elle est chargée notamment de : ⁽³⁾

- fixer les opérations relatives à la supervision et au contrôle à engager et les moyens de son exécution,
- veiller à la conformité et à la régularité des opérations d'assurance et de réassurance,
- autoriser toute prise de participation dans le capital social d'une société d'assurance et/ou de réassurance dépassant la proportion de 20 %,
- approuver toute demande de transfert partiel ou total du portefeuille de contrats de la société d'assurance ou de la succursale de société d'assurance étrangère à une ou plusieurs sociétés d'assurance agréées, avec ses droits et obligations.
- désigner un ou plusieurs inspecteurs assistant le juge commissaire dans le contrôle des opérations de liquidation des sociétés d'assurance conformément aux dispositions de l'article 238 de l'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995, modifiée et complétée.

(1) Décret exécutif N° 95-340 du 30 octobre 95 concernant l'agrément des intermédiaires d'assurances, et le décret exécutif N° 95-341 du 30 octobre 1995 fixant le statut de l'agent général.

(2) Rapport d'activité des assurances algériennes 2009, direction des assurances, ministère des finances.

(3) Décret exécutif n° 08-113 du 9 avril 2008, précisant les missions de la commission de supervision des assurances. (J.O. n° 20 du 13 avril 2008).

- demander aux sociétés d'assurance et/ou de réassurance et aux succursales de sociétés d'assurance étrangères, dans le cadre du dispositif de contrôle interne, un programme spécifique de prévention, de détection et de lutte contre le blanchiment d'argent,
- soumettre au ministre chargé des finances, dans le cadre de ses missions, toute proposition de modification de la législation ou de la réglementation en vigueur.

2-2-5) Les associations professionnelles

Les sociétés d'assurances, courtiers et agents généraux sont tenus par la loi d'adhérer à une association qui a pour objet de les représenter et de gérer les intérêts collectifs de ses membres. Aussi, elle a pour rôle l'information, la sensibilisation de ses adhérents, ainsi que le public. ⁽¹⁾

En mesure d'accompagner la vague de réformes enclenchées ces dernières années, un organisme d'association entre les assureurs a été créé à savoir l'union algérienne des assureurs et des réassureurs (UAR), cette union a été créée le 22 février 1994, et agréée le 24 avril de la même année. ⁽²⁾ elle est régie par la loi 90/31 du 21 décembre 1990 relative aux associations modifiée et complétée.

Tous les travaux de coordination entre les assureurs sont pris en charge par cette association : gestion des rapports interentreprises des assurances, réalisation des travaux d'utilité commune et représentation de l'assureur dans les institutions à caractère national et international. La dynamisation de cette association est importante car, sans elle, tous les moyens qui nécessitent un effort collectif de la part des compagnies seront mal réalisés. ⁽³⁾

En résumé le rôle de l'UAR est de:

- présenter les intérêts de la profession,
- promouvoir les activités du secteur,
- œuvrer en faveur de l'amélioration de la qualité des prestations fournies par les sociétés d'assurances,
- aider à asseoir et à préserver la déontologie dans l'exercice de la profession d'assurance et de réassurance.

(1) article 214, ord. 95-07, modifié par l'art. 33 L. 06-04.

(2) Ali DJEUDI « l'UAR : présentation et perspectives », revue Algérienne des assurances N°0 Mai 1997, P 5.

(3) Mohamed SEBA, op.cit, p15.

- initier et participer à toutes actions qui visent l'amélioration de l'exercice de la profession en collaboration avec les agences et les institutions concernées,
- contribuer à l'amélioration de niveau de qualification et de formation des travailleurs du secteur en relation avec l'évolution des techniques modernes de la profession.

Les courtiers et les agents généraux s'organisent de la même façon que l'UAR à représenter les intérêts de leurs professions et à contribuer au développement du secteur des assurances. ⁽¹⁾

2-3) Présentation des différentes sociétés d'assurance en Algérie

Les mutations connues par le marché des assurances et notamment celles relatives à la libéralisation du secteur et à la réhabilitation des fonctions des intermédiaires, ont fait de ce dernier un secteur attrayant aux investisseurs tant nationaux qu'étrangers, ainsi plusieurs sociétés ont été agréées pour pratiquer les opérations d'assurance toutes branches confondues.

Nous pouvons classer les sociétés en sociétés directes et sociétés à forme mutuelle. Parmi les sociétés directes, certaines opèrent dans toutes les branches de l'assurance, tandis que d'autres sont spécialisées.

L'ordonnance 95/07 (modifiée par la loi 06/04) qui impose aux sociétés de scinder leurs activités en deux sociétés distinctes, l'une pour les activités dommages et l'autre pour les activités vie, va de facto entraîner la création d'un certain nombre de sociétés dans l'une ou l'autre des activités.

2- 3-1) Huit sociétés publiques

- quatre compagnies généralistes opèrent dans toutes les branches d'assurance : la CAAR, la SAA, la CAAT et la CASH,
- deux compagnies publiques sont spécialisées dans l'assurance du risque crédit : la CAGEX (assurance-crédit à l'exportation) et la SGCI (assurance-crédit à l'immobilier),
- deux filiales spécialisées dans les assurances de personnes (CARAAMA et TALA).

(1) Article 214, ord. 95-07 modifié L. 06-04.

2-3-1-1) La compagnie algérienne d'assurance et de réassurance(CAAR) ⁽¹⁾

La CAAR a été créée en 1963, elle était chargée du contrôle de marché par le biais de la cession légale, c'est-à-dire toutes les compagnies nationales devaient lui céder 10 % de leurs portefeuilles.

En 1964, la CAAR est autorisée à pratiquer les opérations d'assurance toutes branches.

En 1975, elle cède l'activité de réassurance à la compagnie centrale de réassurance (CCR) qui a été créée pour cette raison même.

En 1985, la CAAR devenue spécialisée en assurance des risques industriels, incendies, responsabilité civile générale et décennale, engineering et risques divers.

En 1989, avec l'arrivée de l'autonomie des entreprises publiques économiques, une déspecialisation s'est affichée et la CAAR développera un portefeuille en assurance de transport, automobile, multirisques habitations et assurances de personnes.

En 1995, devient un associé à la CAGEX (compagnie algérienne des garanties des exportations) pour laquelle elle cède son portefeuille crédit à l'exportation.

La CAAR, conformément à l'agrément obtenu du ministère des finances, a été habilitée à pratiquer toutes les opérations d'assurance y compris la réassurance.

A partir de juin 2009, La CAAR en collaboration avec le CPA a procédé au lancement de la distribution des produits d'assurance au niveau de trois agences pilotes. Les produits qui seront commercialisés dans une première étape concerneront l'assurance "multirisque habitation", l'assurance "catastrophe naturelles", l'assurance "temporaire au décès", et l'assurance "crédits". Cette opération s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre de la convention de partenariat conclue entre les deux institutions, en date du 20 Mai 2008.

(1) Ali DJENDI « présentation de la CAAR », revue algérienne des assurances N°0, 1997, p12. Voir aussi, le site web de la CAAR : www.caar.com.dz, dernière visite : 20/04/2013.

2-3-1-2) CAARAMA assurance SPA ⁽¹⁾

En 2011 et dans le cadre de la loi 06-04 du 20 février 2006 instituant la séparation des activités d'assurance de personnes de celles d'assurance dommages, la CAAR a procédé à la création de la filiale CAARAMA. Elle bénéficie du transfert du portefeuille des assurances de personnes de la CAAR et de l'expérience acquise par le personnel de la CAAR qui est chargé de développer la société.

En vertu de son agrément du 09 mars 2011, la CAARAMA est autorisée à vendre les produits suivants : accident, maladie, assistance, vi-décès, nuptialité, natalité, assurance liées à des fonds d'investissement, capitalisation, gestion de fonds collectifs, prévoyance collective et réassurance.

CAARAMA assurance bénéficie du transfert des effectifs en charge de la gestion des assurances de personnes au sein de la CAAR et du progiciel de gestion intégré ORASS – module ADP - qui permet une gestion automatisée des produits en agence et une génération automatique des écritures comptables

2-3-1-3) La société algérienne des assurances (SAA) ⁽²⁾

la SAA a été créée en 1963, sous forme d'une société mixte Algérie – Egypte, fut achetée par l'Algérie en mai 1966, en 1975, la SAA détenait le monopole d'exploitation de l'assurance automobile, des risques simples et des risques de personnes, en 1989, la SAA s'est transformée en entreprise publique économique(EPE) et depuis, pratiquait toutes les branches d'assurance. Actuellement la SAA figure à la tête des compagnies d'assurance en termes d'assurance automobile.

La SAA pratique toutes les branches d'assurance tant pour les particuliers que pour les entreprises industrielles et commerciales. Elle dispose d'une filiale d'expertise structurée en centre opérationnels répertoriés au niveau du territoire national.

Un partenariat de bancassurance a été concrétisé entre la SAA et la BADR à la faveur d'une convention signée en avril 2008. En termes de cet accord, la BADR bénéficiera, d'une rémunération qui lui sera versée par la SAA sous forme de commissions prélevées sur les encaissements des primes d'assurance commercialisées par cette banque.

(1) Arrêté du 09 mars 2011 portant création de la CAARAMA assurance SPA (JO N°23 du 17 avril 2011.)

(2) Kaci MOUSSA « présentation de la SAA », revue algérienne des assurances N° 0, Mai 1997, p14. Voir aussi, le site internet de la SAA : www.saa.dz, dernière visite : 20/04/2013.

Les produits concernés par cet accord touchent les produits d'assurance de risques agricoles ayant trait à l'incendie des récoltes, la grêle et les multirisques serres, jeunes plantations ainsi que les différents types d'élevage. Les assurances de personnes et de risques habitations sont également prévues dans l'offre de bancassurance proposée par la BADR pour assurer une bonne commercialisation de ces produits d'assurance, les chargés de clientèle de la BADR ont bénéficié d'un cycle de formation théorique et un stage pratique au niveau des agences de la SAA. ⁽¹⁾

2-3-1-4) La compagnie algérienne des assurances transport (CAAT) ⁽²⁾

La compagnie algérienne des assurances transport (CAAT) a été créée en 1985 par le décret N° 85/82. A cette époque, la CAAT était habilitée à exercer la branche transport d'une façon exclusive.

La CAAT s'est transformée en 1989 en entreprise publique économique (EPE) habilitée à pratiquer toutes les opérations d'assurances.

A partir de 1989, la CAAT ne cesse de s'adapter à la déspecialisation, à la concurrence et à l'ouverture qui caractérise le secteur à cette période.

En matière de placement, la CAAT reste dominée par les valeurs de l'Etat (bons de trésor), les participations au capital des entreprises restent minimales.

Un partenariat a été concrétisé entre la CAAT et la BNA dans le domaine de la bancassurance ayant pour objectif de vendre par l'entremise des guichets de BNA, des produits d'assurances de la CAAT, tels que les assurances de personnes notamment l'assurance temporaire décès, l'assurance individuelle accident, l'assurance voyage et assistance, l'assurance groupe, les produits de capitalisation ainsi que l'assurance multirisque habitation et l'assurance obligatoire contre les effets des catastrophes naturelles (CATNAT). ⁽³⁾

(1) Convention N°1/2008 portant distribution des produits d'assurance signée entre la BADR et la SAA.

(2) A. DJAFRI « présentation de la CAAT », revue algérienne des assurances N° 0, mai 1997, p18. voir aussi le site internet de la CAAT : www.caat.dz, dernière visite : 20/04/2013.

(3) K. DAGHEFLI « bancassurance : la BNA lance en partenariat avec la CAAT son guichet pilote », horizon du mercredi 06 octobre 2010.

2-3-1-5) Taamine life assurance (TALA)

En application des dispositions de l'ordonnance 95/07 modifiée et complétée par la loi 06/04, la CAAT a procédé à la création de la filiale taamine life assurance(TALA) en date du 09 mars 2011. ⁽¹⁾ Elle est spécialisée dans les assurances de personne et hérita du portefeuille de la CAAT en matière de ce type d'assurances.

Cette filiale est autorisée à pratiquer les opérations d'assurance suivantes : accidents, maladies, assistance, vi-décès, nuptialité, natalité, assurance liées à des fonds d'investissement, capitalisation, gestion de fonds collectif, prévoyance collective et réassurance.

2-3-1-6) LA CASH

La CASH SPA est une société à capitaux publics, agréée en 1999 pour pratiquer toutes les opérations d'assurance et de réassurance. En effet, en vertu de l'arrêté du 18 juillet 1999 modifié par l'arrêté du 29 mai 2005, ⁽²⁾ la cash est autorisée à effectuer les opérations d'assurances ci-après énumérées : accidents, maladies, corps de véhicules terrestres, ferroviaires, aériens, maritimes et lacustres, marchandises transportées, incendies et explosions et éléments naturels, autres dommages aux biens, responsabilité civile des véhicules terrestres, aériens, maritimes et lacustres, responsabilité civile générale, crédits, caution, perte pécuniaire diverses, assistances, vie-décès et réassurance.

Son portefeuille est constitué quasi exclusivement durant les premières années de démarrage d'affaires liées au secteur des hydrocarbures.

Par la suite, la CASH a adopté le principe de la diversification de ses souscriptions en vue de répondre aux impératifs de sécurité du portefeuille et de la pérennité commerciale.

Dans le cadre de la filialisation décidée par les pouvoirs publics, La CASH compte créer une filiale spécialisée en assurances de personnes en partenariat avec des nationaux et des étrangers.

(1) Arrêté du 09 mars 2011 portant agrément de taamine life assurance SPA(TALA) (JO N°23 du 17 avril 2011).

(2) Arrêté du 18 juillet portant agrément de la compagnie d'assurance des hydrocarbures (CASH) (JO N°56 du 16 octobre 1999) modifié par l'arrêté du 29 mai 2005 (JO N°77 du 30 novembre 2005). Voir aussi, le site internet de la CASH : www.cash-assur.com, dernière visite : 20/04/2013.

Du côté national, ça sera la BNA qui va détenir une part du capital de la nouvelle filiale, ce qui permettra de donner un autre souffle à la bancassurance, puisque cette dernière va utiliser le réseau de la banque pour vendre les produits d'assurance de personnes. ⁽¹⁾

2-3-1-7) La société de garantie du crédit immobilier(SGCI)

La Société de Garantie du Crédit Immobilier est une entreprise publique économique, société par actions créée le 05 Octobre 1997. ⁽²⁾

La SGCI garantit les banques et établissements financiers prêteurs contre le risque d'insolvabilité des acquéreurs bénéficiaires de crédits immobiliers pour l'achat, la construction et l'aménagement de biens immobiliers à usage d'habitation.

Cette garantie se matérialise par la protection des prêteurs, quand le propriétaire qui occupe le bien hypothéqué manque à ses obligations.

De ce fait, la SGCI offre aux banques et établissements financiers prêteurs, une meilleure gestion du risque en matière de crédit hypothécaire.

2-3-1-8) La compagnie algérienne d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX) ⁽³⁾

La CAGEX a été créée en vertu de décret N° 96-205 du 05/06/1996, dotée d'un capital réparti de manière égale entre dix actionnaires, BNA, BEA, BDL, CPA, CAAR, SAA, CAAT, CCR, CNMA.

En 2000, la CAGEX augmente son capital ce qui lui a permis de prendre des opérations de réassurance.

En plus de développement d'un potentiel important en matière de nouvelle technologie, la CAGEX adopte une stratégie marketing pour la promotion de son image de marque et de ses produits.

(1) Smaïl BOUGHAZI « Algérie: Une filiale assurance personnes avant la fin de l'année pour la cash », la tribune du 06 mars 2013.

(2) Arrêté du 18 mai 1999 portant agrément de la société de garantie du crédit immobilier(SGCI) (JO N°41 du 27 juin 1999). Voir aussi, le site de la SGCI : www.sgci.dz, dernière visite : 25/04/2013.

(3) M.A. SLIMANI « présentation de la CAGEX », revue algérienne des assurances N° 0 Mai 1997 PP 22- 25. Voir aussi, le site de la CAGEX : www.cagex.dz, dernière visite : 25/04/2013.

Les catégories des risques couverts par la CAGEX se résument en : risque commerciaux, risques politiques, risque de non transfert, risque de catastrophe, risques liés au coût de la prospection des marchés extérieurs et enfin, risque de non rapatriement de matériels et produits exposés.

En termes d'activités, la CAGEX exerce une double activité :

- une activité pour son propre compte où elle engage ses fonds propres (risque commercial),
- une activité pour le compte de l'Etat et sous son contrôle (risque politique, risque de catastrophes naturelles, risque de non transfert) où elle engage les fonds de l'Etat.

2-3-2) Une compagnie centrale de réassurance (CCR) ⁽¹⁾

La CCR, a été créé en 1975, avait comme principales missions :

- développer les capacités de rétention du marché algérien des assurances,
- promouvoir la coopération internationale dans le domaine de réassurance

La CCR entretient des relations d'affaires avec des sociétés d'assurance et de réassurance algériennes et/ou étrangères soit directe ou bien par l'intermédiaire des courtiers à travers le monde entier.

A l'heure des réformes engagées à la veille de 1995, la CCR a obtenu son agrément en 1998 ⁽²⁾ pour pratiquer l'opération de réassurance. depuis cette date, la CCR adopte une stratégie qui sera axée sur une panoplie de mesures qui visent à maintenir sa position de leader dans la réassurance, améliorer la gestion des ressources humaines, généraliser l'utilisation de l'informatique, suivre l'environnement et son évolution en adoptant une organisation adéquate, créer et développer des pools de réassurance à l'échelle mondiale, prendre des participations dans des sociétés nationales et internationales et enfin consolider le capital de l'entreprise.

La CCR s'accroche sur l'information qui constitue une clé du succès dans les relations avec le marché national et le marché extérieur caractérisé par une âpre concurrence.

(1) D. CHOUIER « présentation de la CCR », revue algérienne des assurances N°0, mai 1997, p21. Voir aussi le site de la CCR : www.ccr.dz, dernière visite : 25/04/2013.

(2) Arrêté du 06 avril 1998 (JO N°31 du 17 mai 1998) modifié par l'arrêté du 29 mai 2005 (JO N°77 du 30 novembre 2005) portant agrément de la compagnie centrale de réassurance(CCR).

2-3-3) trois sociétés mutuelles pratiquent l'assurance directe

2-3-3-1) La caisse nationale de mutualité agricole (CNMA) ⁽¹⁾

La CNMA née de la fusion en 1972 en termes d'ordonnance N° 72-64 du 02 décembre 1972 portant l'institution de la mutualité agricole, de la caisse nationale de réassurance, de la mutualité sociale agricole (CCMSA) créée en 1949 et de la caisse mutuelle agricole de retraite (CMAR) créée en 1958.

A l'origine la CNMA a été créée dans le but de réaliser toutes opérations de prévoyance sociale d'assurance ou de compensation basées sur l'esprit de solidarité et ce sans poursuivre la réalisation des bénéficiaires.

En termes de décret exécutif N° 95-97 du 1^{er} Avril 1995, les caisses de mutualité agricole sont des sociétés civiles de personnes à caractère mutualiste et à capital variable, elles ne poursuivent pas de but lucratif. La CNMA est formée par l'ensemble des caisses régionales et locales qui souscrivent des parts à son capital social.

La CNMA gère le fonds de soutien à l'agriculture et le fonds national de développement agricole.

Les risques automobiles et matériels agricoles, incendies, grêle, constituent la plus grande part des risques couverts par la CNMA. A la faveur de la loi portant institution d'un régime unique de sécurité sociale et de retraite, l'assurance des personnes et la gestion des retraites sont transférées à la CNAS et la CNR en 1995.

En vertu de l'arrêté du 14 juillet 2011 modifiant l'arrêté du 06 novembre 2000, ⁽²⁾ la CNAMA a obtenu son agrément pour effectuer par l'intermédiaire de ses caisses, avec toutes personnes physiques ou morales, les opérations d'assurance et de réassurance de bien, notamment dans les secteurs économiques qui les concernent.

(1) Yahia CHERIF » présentation de la CNMA », revue algérienne des assurances, N°0 mai 1997, pp26-27.

Voir aussi, le site internet de la CNMA : www.cnma.dz, dernière visite : 25/04/2013.

(2) Arrêté du 14 juillet 2011 (JO N°56 du 16 octobre 2011) modifiant l'arrêté du 6 novembre 2000 portant agrément de la caisse nationale de mutualité agricole (CNMA).

En mars 2005, ⁽¹⁾ le conseil de la monnaie et du crédit autorise la création de la CNMA-Banque. Elle est ainsi habilitée à pratiquer toutes les activités bancaires, à l'exception des opérations extérieures. Elle compte s'ériger en grande banque de l'agriculture, tout en préservant sa place de leader sur le marché des assurances agricoles.

La CNMA adopte donc, le crédit agricole mutuel et des produits bancaires adaptés aux besoins des sociétaires (les dépôts à terme et à vue, bon de caisse, crédit...), les différents types de crédits consentis par la CNMA sont :

- crédit à court terme (crédit de compagne),
- crédit à moyen et à long terme (crédits d'investissements).

La CNMA adopte la politique du guichet unique qui consiste à fournir des produits d'assurance et de banque afin de satisfaire les besoins de ces clients.

Cette expérience de la CNMA, aurait pu constituer une première pour le développement de la bancassurance en Algérie, si ce n'est le retrait pur et simple de l'agrément de la CNAM BANQUE et de sa filiale de leasing SALEM, suite à leurs faillites et leur incapacité de se redresser, en application de l'article 89 de la loi sur la monnaie et le crédit.

En effet, en application de la décision prise lors d'une assemblée générale extraordinaire, tenue en date du 03 décembre 2009, la caisse nationale de la mutualité agricole-banque (CNMA-banque) devient un établissement financier sous forme d'un crédit mutuel rural, c'est-à-dire une coopérative d'épargne dont les adhérents seront les agriculteurs et les opérateurs du monde rural. ⁽²⁾

2-3-3-2) le mutualiste

Le mutualiste est une filiale de la CNMA, société à forme mutuelle, agréée pour effectuer, avec toutes personnes morales ou physiques, les opérations d'assurance de personnes, notamment dans les secteurs économiques qui la concernent.

(1) règlement N°05-02 du 05 mars 2005 modifiant et complétant le règlement N°95-01 du 28 février 1995 portant dérogation en faveur de la caisse nationale de la mutualité agricole « CNMA » pour effectuer des opérations de banque.

(2) Hafida BENARMAS « Transformation du statut de la CNMA-Banque : Naissance du Crédit Mutuel Rural », le financier du 04 décembre 2009.

Elle est autorisée à commercialiser les produits suivants : accidents, maladies, assistance, vi-décès, nuptialité, natalité, assurance liées à des fonds d'investissement, capitalisation, gestion de fonds collectifs, prévoyance collective et réassurance (des acceptations limitées au marché national des assurances). ⁽¹⁾

2-3-3-3) La mutualité algérienne d'assurance des travailleurs de l'éducation et de la culture (MAATEC) ⁽²⁾

La MAATEC a succédé à la MAIF en 1964, donc a été agréée en 1964 et en termes de l'ordonnance de 1965.

Plusieurs agrément pour des périodes transitoires d'une année sont attribuée à la MAATEC en 2002, 2004, 2005, 2009, le dernier en date du 2 décembre 2010. ⁽³⁾ En termes de cet agrément la MAATEC est autorisée à effectuer les opérations d'assurance suivantes : corps de véhicules terrestres autres que ferroviaires, incendie, explosion et éléments naturels, autres dommages aux biens, responsabilité civile des véhicules civiles automoteurs.

2-3-4) Onze sociétés privées ou mixtes

Elles représentent 25% ⁽⁴⁾ de la production globale du marché, acquis-en un peu de temps, en progression régulière. Ces compagnies sont les suivantes :

2-3-4-1) TRUST ALGERIA ⁽⁵⁾

La compagnie TRUST ALGERIA d'assurance et de réassurance a été créée le 25 octobre 1997, ⁽⁶⁾ en partenariat national et étranger.

-
- (1) Arrêté du 05 janvier 2012 portant l'agrément de la société d'assurance « le mutualiste », société à forme mutuelle (JO N44 du 29 juillet 2012).
 - (2) A. BAIOD « présentation de la MAATEC » revue algérienne des assurances N°0 mai 1997, p28. Voir aussi le site web de la MAATEC : www.maatec.dz, dernière visite : 25/04/2013.
 - (3) Arrêté du 02 décembre 2010 portant agrément de la MAATEC (JO N°3 du 16 janvier 2011).
 - (4) Note de conjoncture du marché des assurances 4ème trimestre 2012, CNA, p8.
 - (5) Rachid DJEBAR et Amel BELBEY « présentation de TRUST ALGERIA », l'actuel international, magazine de l'économie et du partenariat international, mai 1999, pp38-39. Voir aussi, le site web de TRUST ALGERIA : www.algerieassurance.com, dernière visite : 30/04/2013.
 - (6) Arrêté du 14 juillet 2011 modifiant l'arrêté du 18 novembre 1997 portant création de la société TRUST ALGERIA d'assurance et de réassurance (JO N°56 du 16 octobre 2011).

Le principal actionnaire TRUST international(Bahreïn) 60 % est doté d'un réseau de filiales immense dans le monde, ce réseau répond quotidiennement aux attentes d'une clientèle internationale diversifiée, son portefeuille est réparti entre l'assurance automobile, assurances incendie, assurances transport et divers.

En vertu de l'arrêté supra, la TRUST ALGERIA est agréée pour pratiquer les opérations ci-après : accidents, maladies, assurance automobile, assurance transport, assurance responsabilité civile, crédit, caution, incendie et risque divers et réassurance.

2-3-4-2) La compagnie internationale d'assurance et de réassurance(CIAR) ⁽¹⁾

La CIAR a été créée en août 1998 ⁽²⁾ pour exercer toutes les opérations d'assurance et de réassurance ci-après : accidents, maladies, assurance automobile, assurance transport, assurance responsabilité civile, crédit, caution, incendie et risque divers et réassurance.

La CIAR adopte une stratégie de communication pour promouvoir son image et sa qualité des produits, une politique de distribution favorise la proximité.

La qualité du service, la prévention, l'originalité et la personnalisation, sont les quatre axes stratégiques à privilégier pour la CIAR, son réseau de distribution est implanté à travers le territoire national.

2-3-4-3) MACIR-vie

MACIR –vie, est une filiale de la CIAR, a obtenu son agrément en 2011⁽³⁾ pour commercialiser les produits d'assurance de personnes suivants : accidents, maladies, assistance, vi-décès, nuptialité, natalité, assurance liées à des fonds d'investissement, capitalisation, gestion de fonds collectifs, prévoyance collective et réassurance.

(1) M. SOUFI « la CIAR, l'autre assurance », l'actuel international, mai 1999, pp34-36. Voir aussi, le site web de la CIAR : www.laciar.com, dernière visite : 30/04/2013.

(2) Arrêté du 29 mai 2005 modifiant l'arrêté du 5 août 2005 portant l'agrément de la CIAR (JO N°77 du 30 novembre 2005).

(3) Arrêté du 11 août 2011 portant l'agrément de la MACIR -vie (JO N°56 du 16 octobre 2011).

2-3-4-4) Algérienne des assurances (2A) ⁽¹⁾

La 2A est agréée en 1998 ⁽²⁾ pour pratiquer l'ensemble des opérations d'assurances, à savoir : accidents, maladies, assurance automobile, assurance transport, assurance responsabilité civile, crédit, caution, incendie et risque divers et réassurance.

La 2A est détenue par un opérateur privé national. Elle bénéficie de l'assistance technique d'un groupe international dans le domaine de l'assurance.

L'objet de la société est d'offrir des prestations d'assurance et de réassurance. Comme stratégie initiale, la 2A axe sur l'amélioration de l'image de l'assurance en Algérie.

La 2A est la première compagnie algérienne d'assurances à être certifiée ISO 9001 version 2008 pour ses activités d'assurances toutes branches et de réassurance. Ce certificat décerné par Q.M.I-SAI (Global Quality Management Institute) du Canada depuis le 16 septembre 2004, renouvelé le 30 Septembre 2010 pour une durée de trois années.

2-3-4-5) Alliance Assurances

Alliance Assurances est une compagnie d'assurance privée de capitaux nationaux, elle est agréée en 2005 pour pratiquer toutes branches d'assurance. ⁽³⁾

Alliance Assurances en partenariat avec société générale-Algérie, se lance dans la bancassurance en signant une convention, en juillet 2011, pour la distribution de produits d'assurance non vie dans tout le réseau bancaire de la société générale-Algérie. Cela concerne plus précisément les produits de multirisque habitation et assurance catastrophe naturelles. ⁽⁴⁾

(1) Rachid DJEBAR et Amel BELBEY « présentation de la 2A », l'actuel international, magazine de l'économie et du partenariat international, mai 1999, pp42-44. Voir aussi, le site web de la 2A : www.2a.dz, dernière visite : 30/04/2013.

(2) Arrêté du 14 juillet 2011 modifiant l'arrêté du 5 août 1998 portant l'agrément de la 2A (JO N°56 du 16 octobre 2011).

(3) Arrêté du 14 juillet 2011 modifiant l'arrêté du 30 juillet 2005 portant l'agrément de la société « alliance assurances » (JO N°56 du 16 octobre 2011).

(4) www.allianceassurances.com.dz, dernière visite : 30/04/2013.

2-3-4-6) Générale d'assurance méditerranéenne(GAM)

La GAM a été créée en 2001 ⁽¹⁾ pour pratiquer les activités d'assurance toutes branches à savoir : automobile, agricole, crédit et caution, assurances de personne et assurances diverses.

Elle a été rachetée en 2007 par le groupe financier Emerging Capital Partners (ECP) basé à Tunis. ⁽²⁾

2-3-4-7) Salama Assurances (ex Al Baraka oua Al Amane) ⁽³⁾

La société Salama Assurances Algérie (ex El Baraka oua Al Aman) a été agréée le 26 Mars 2000 pour pratiquer toutes les opérations d'assurance. ⁽⁴⁾

Filiale du groupe Salama Islamic Arab Insurance Company de Dubaï, est spécialisée dans les produits «takaful» ⁽⁵⁾, produits d'assurance conformes à la loi islamique.

2-3-4-8) CARDIF EL- DJAZAÏR ⁽⁶⁾

Filiale de BNP PARIBAS, elle est spécialisée dans les assurances de personnes. Elle a été agréée en 2006 pour pratiquer les produits d'assurance suivants : accidents, maladies, assistance, vi-décès, nuptialité, natalité, assurance liées à des fonds d'investissement, capitalisation, gestion de fonds collectifs, prévoyance collective. ⁽⁷⁾

2-3-4-9) AXA Algérie Assurance Dommage-SPA

AXA Algérie Assurance Dommage a été agréé en octobre 2011 pour pratiquer toutes branches d'assurance dommages. ⁽⁸⁾

(1) Arrêté du 14 juillet 2011 modifiant l'arrêté du 08 juillet 2001 portant l'agrément de la société « Générale d'assurance méditerranéenne» (JO N°56 du 16 octobre2011).

(2) Billel BENILLES, op.cit, p9.

(3) www.salama-assurances.dz, dernière visite : 07/05/2013.

(4) Arrêté du 14 juillet 2011 modifiant l'arrêté du 02 juillet 2006 portant l'agrément de la société « Salama Assurances et celui du 20 mars 2000 portant agrément de la société « Al Baraka oua Al Amane)» (JO N°56 du 16 octobre2011).

(5) Le concept takaful sera développé dans notre cinquième chapitre.

(6) Mohamed Lezoul « La situation actuelle du secteur des Assurances en Algérie, quelles sont les alternatives ? » Colloque international, Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion, Université Ferhat Abbas, 25-26 avril 2011. Voir aussi, le site web de CARDIF : www.bnpparibascardif.com, dernière visite : 07/05/2013.

(7) Arrêté du 11 octobre 2006 portant l'agrément de la société « CARDIF EL-DJAZAÏR » (JO N°77 du 02 décembre2006).

(8) Arrêté du 03 octobre 2011 portant l'agrément de la société « AXA Algérie Assurance Dommage-SPA » (JO N°21 du 11 avril 2012).

Elle est fondée en association entre le groupe international d'origine français AXA et la banque extérieure d'Algérie (BEA) avec le fonds national d'investissement (FNI).

2-3-4-10) AXA Algérie Assurance Vie -SPA

AXA Algérie Assurance vie a été agréé en novembre 2011 pour pratiquer toutes branches d'assurance de personnes. ⁽¹⁾ Elle est fondée en association entre le groupe international d'origine français AXA et la banque extérieure d'Algérie (BEA) avec le fonds national d'investissement (FNI).

2-3-4-11) société d'assurance de prévoyance et de santé (SAPS)

En collaboration entre la SAA, la BADR, la BDL et la française Macif, une société spécialisée dans les assurances de personnes (SAPS) a été créée suivant l'agrément du 10 mars 20011. ⁽²⁾

Le capital social de la SAPS est de 2 milliards de dinars, détenu à 41% par la Macif, alors que les 59% de la partie algérienne sont répartis à raison de 34% pour la SAA, 10% BADR et 15% pour la banque de développement local BDL. ⁽³⁾

La SAPS a commencé par récupérer le portefeuille de la SAA. Un portefeuille constitué essentiellement d'assurances individuelles accidents ou décès, ainsi que d'assurances voyage et rapatriement de corps et d'assurances collectives groupes pour les entreprises souhaitant protéger leurs salariés dans le domaine de la prévoyance santé.

La SAPS est autorisée à distribuer les produits suivants : accidents, maladies, assistance, vi-décès, nuptialité, natalité, assurance liées à des fonds d'investissement, capitalisation, gestion de fonds collectifs, prévoyance collective et réassurance.

(1) Arrêté du 02 novembre 2011 portant l'agrément de la société « AXA Algérie Assurance Vie-SPA » (JO N°21 du 11 avril 2012).

(2) Arrêté du 10 mars 2011 portant création de la société d'assurance de prévoyance et de santé (SAPS) (JO N°23 du 17 avril 2011).

(3) Hassan HADDOUCHE « assurances de personnes : les nouvelles compagnies affichent leurs ambitions », le soir d'Algérie du mercredi 03 octobre 2012.

Section 03 : Les assurances de biens et de responsabilité en Algérie

Les produits d'assurance dommage couvrent les branches suivantes : ⁽¹⁾

- 1) Accidents,
- 2) Maladie,
- 3) corps de véhicules terrestres : (autres que ferroviaires),
- 4) corps de véhicules ferroviaires,
- 5) corps de véhicules aériens,
- 6) corps de véhicules maritimes et lacustres,
- 7) marchandises transportées,
- 8) incendie, explosion et éléments naturels,
- 9) autres dommages aux biens,
- 10) responsabilité civile des véhicules terrestres automoteurs,
- 11) responsabilité civile des véhicules aériens,
- 12) responsabilité civile des véhicules maritimes et lacustres,
- 13) responsabilité civile générale,
- 14) crédits,
- 15) caution,
- 16) pertes pécuniaires diverses,
- 17) protection juridique.

Chaque branche d'assurance est subdivisée en sous-branches. Pour faciliter, généralement, on classe les assurances dommages en cinq groupes : assurances automobiles, incendie et risque divers(IARD), assurances transport, assurances agricoles et assurances crédit et cautions. La réassurance étant liée à chaque produit d'assurance.

Nous procéderons à l'analyse des activités en les scindant en deux groupes : les assurances de biens et de responsabilité destinées aux particuliers et celles destinées aux professionnels.

(1) Décret exécutif n° 95-338 du 30 octobre 1995, relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurance, (J.O. n° 65 du 31 octobre 1995) modifié et complété par le décret exécutif n°02-293 du 10 septembre 2002. (J.O. n° 61 du 11 septembre 2002).

3-1) Les assurances de biens et de responsabilité destinées aux particuliers

«Les assurances de dommages ont pour but de réparer les conséquences d'un événement dommageable qui affecte le patrimoine de l'assuré ». ⁽¹⁾.

Le législateur algérien prévoit dans les articles de l'ordonnance N° 95 / 07 modifiée et complétée par la loi N°06/04 relative aux Assurances ⁽²⁾ toutes les modalités, l'objet, les obligations et les droits de chacun (assureur et assuré).

L'article 29 stipule : « toute personne ayant un intérêt direct ou indirect à la conservation d'un bien ou à la non réalisation d'un risque peut le faire assurer », nous pouvons distinguer une multitude de prestations :

3-1-1) Le contrat multirisque habitation ⁽³⁾

Le besoin de sécurité est classé parmi la base de pyramide des besoins telle qu' a été présentée par MASLOW, la personne peut réaliser sa sécurité en procurant un logement, toutefois ce logement est exposé aux catastrophes tant naturelles qu'artificielles d'où le besoin de souscrire des contrats d'assurance des habitations que ce soit une personne locataire, propriétaire ou acheteuse par crédit hypothécaire, il est nécessaire de souscrire un contrat d'assurance pour pouvoir construire l'habitation, rembourser le crédit ou indemniser le propriétaire selon le cas.

L'incendie est le premier risque contre lequel la personne cherche à se prémunir. Ce risque est maîtrisable par les assureurs, tant qu'ils proposent des contrats pour chaque risque séparément, mais pour de nombreuses raisons, les assureurs regroupent ces différents contrats dans un contrat unique, ces contrats ont des noms variables selon la société ⁽⁴⁾ : multirisque du particulier, multirisque habitation, assurance combinée risques divers, assurance multi - garanties, police familiale.

(1) François COULIBAUET et autres « Les grands principes de l'Assurance » op cit, p62.

(2) voir l'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances modifiée et complétée et ses textes d'application.

(3) Voir : articles 44-49 (incendie et risque divers) et article 56-59 (responsabilité civile) de l'ordonnance 95/07.

(4) Jérôme YEATMAN « Manuel International de l'Assurance » Economica, France 1998 (école nationale d'assurance de Paris), pp121-126.

Contrairement à d'autres pays, l'assurance «multirisques habitations» n'est pas obligatoire en Algérie. Les contrats multirisques habitations peuvent être commercialisés auprès des particuliers par les réseaux traditionnels ainsi que par les banques et établissements financiers.

La législation algérienne a prévu ce type de risque notamment dans l'article deux(02) de décret exécutif N° 95-338 du 30 octobre 1995 relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurance.

D'une manière générale le contrat d'Assurance multirisque habitation peut contenir les Assurances suivantes :

- garanties concernant le logement de l'assuré (bâtiment et contenu de mobilier),
- garanties de la responsabilité civile de l'Assuré,
- garanties des frais divers,
- autres protections juridiques, assistance (assurance voyage, maladie, individuelle, accidents, de l'assuré et des membres de sa famille nommément désignés).

La tarification est faite à partir d'un barème qui tient compte de : la surface du logement, la qualité du logement, la situation (villa isolée, appartement en ville...), capital mobilier à assurer et la qualité de souscription (propriétaire, occupant ou non, locataire).

Vu l'importance de ce contrat, certaines sociétés préfèrent souscrire deux contrats séparés, l'un pour la construction et l'autre pour le contenu de l'immeuble.

3-1-2) L'assurance automobile ⁽¹⁾

L'automobile représente d'un côté une part très importante du patrimoine des individus, d'un autre côté, elle est exposée aux accidents qui causent la mortalité, la chose qui a poussé les individus à s'assurer contre ces sinistres, et les états de rendre ce genre d'assurance obligatoire pour sa partie de responsabilité civile.

(1) Jérôme YEATMAN, op.cit, pp126-132. Voir aussi, les articles 44-49 (incendie et risque divers) et article 191-191(responsabilité civile automobile) de l'ordonnance 95/07.

En effet, le contrat d'assurance automobile est en général un contrat multirisque destiné à couvrir des risques aussi divers que la responsabilité civile, le vol, l'incendie, mais aussi les propres dommages subis par l'assuré. Peuvent s'y greffer un certain nombre de couvertures spécifiques telles que la défense et le recours contre les tiers, et tout récemment l'assistance.

Dans la plus part des marchés d'assurance, l'activité assurance automobile est devenue essentielle dans l'industrie de l'assurance.

Le législateur algérien aux termes de l'article 2 de décret exécutif N° 95-338 du 30 octobre 1995 relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurance, a prévu ce type d'assurance notamment dans ses alinéas (1.1.1) et (1.1.2.).

La tarification des assurances automobiles fait intervenir beaucoup d'éléments à savoir : l'assureur, l'expert, le client, le prix du véhicule et la puissance de cylindrée.

Dans les régimes où les tarifs d'assurance automobile sont fixés administrativement (le cas de l'Algérie pour la partie obligatoire du contrat), on retrouve des barèmes qui permettent de trouver le tarif applicable pour chacun.

En cas de concurrence et de liberté des prix, l'élément du niveau des frais généraux, l'intervention des intermédiaires, l'expérience de l'assureur dans telles ou telles catégories d'assurance, tous ces éléments interviennent dans l'estimation des prix et des primes d'assurance.

Pour répondre au mieux aux attentes de la clientèle, les assureurs étendent leurs contrats d'assurance aux pays voisins, les Etats de l'Europe ont signé une convention dans ce sens (carte verte) les 12 Etats de l'Afrique de l'ouest c'est la carte brune. ⁽¹⁾

3-1-3) Assurances souscrites à l'occasion d'activité de loisirs ⁽²⁾

Diverses occasions de loisirs nécessitent la souscription des polices d'assurance spécifique.

(1) Jérôme YEATMAN, op.cit, p132.

(2) Jérôme YEATMAN, op.cit, pp133-134. Voir aussi, les articles 49-51 (assurances contre mortalité des animaux et articles 186-189 (responsabilité civile chasse) de l'ordonnance 95/07.

- **Sport** : un contrat d'assurance collective qui couvre la responsabilité civile d'une association sportive, et couvre les accidents individuels.
- **Chasse** : c'est un contrat obligatoire (responsabilité civile), il peut contenir des garanties complémentaires facultatives.
- **Voyage** : le contrat d'assurance voyage garantie contre maladie, accident, assistance, le remboursement du prix de billet (garantie d'annulation).
- **Résidence secondaire** : l'assuré qui possède d'autres résidences inhabitées, il va lui falloir souscrire pour chacune des résidences un contrat à part.
- **Embarcation de plaisance** : ce contrat relève généralement de la branche assurance transport maritime.
- **Animaux domestiques** : qui couvrent les animaux eux-mêmes (compétition, maladies, accidents, consultations et traitements médicaux).

3-1-4) Assurance assistance ⁽¹⁾

L'assistance apporte à l'assuré, en cas de besoin, une aide en nature (dépannage au domicile, envoi d'un médecin spécialiste à un autre coin du monde...etc.), cette formule évite à l'assureur la survenance du sinistre.

Le plus souvent, l'assistance est annexée aux contrats d'assurances précédents.

3-1-5) Risques divers ⁽²⁾

Les risques les plus fréquents chez les particuliers peuvent être prévus dans les contrats cités précédemment. Néanmoins, il existe quelques risques qui peuvent faire l'objet des autres contrats tels que : ⁽³⁾

- **Assurance des objets de valeur** : (bijoux, œuvres d'art, tableaux, manuscrits, objets d'argenterie, objets de collection (timbres, monnaies, livres de bibliographie...etc.). Ce sont des objets de valeur qui sont généralement exclus des contrats d'assurance tous risques, donc ils font l'objet d'un contrat à part contre le vol, l'incendie, dégâts d'eau, bris, détérioration accidentelle au cours de manipulation ou de transport.

(1) Jérôme YEATMAN, op.cit, pp134-136. Voir aussi, l'article 2 Alinéa 4-5 de décret exécutif N° 95 – 338 du 30 octobre 1995 relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurances.

(2) IBID, pp137-138. Voir aussi, l'article 2 alinéa 1.3, et 1-5-5 de décret exécutif N° 95 – 338 du 30 octobre 1995 relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurances.

(3) François COULIBAUET « les grands principes de l'Assurance » op cit, P 62.

Les mesures d'évaluation des valeurs et des sinistralités sont souvent soumises à l'expert, la cotisation est comptabilisée dans la branche qui représente le risque principal (vol).

- **Assurance tous risques objets divers** : à la différence du contrat d'assurance des objets de valeur qui garantit les objets assurés uniquement dans un lieu spécifique désigné (domicile, coffre de banque, local d'expositions) le contrat tous risques garantit contre les pertes, la dégradation par tout, les cotisations sont comptabilisées en risques divers.
- **Transport** : chaque individu peut faire recours aux assurances des marchandises transportées à l'occasion d'un déménagement total ou partiel et peut même assurer ses bagages lors des voyages.
- **Autres assurances diverses** : l'évolution de la législation et des lois des Etats, fait naître beaucoup de besoins en assurance, ainsi nous retrouvons : l'assurance scolaire, l'assurance dommages ouvrages qui couvre les dommages que peut subir l'ouvrage pendant les dix années qui suivent la construction...etc.

3-1-6) La responsabilité civile générale ⁽¹⁾

Ce contrat a pour objet de garantir l'assuré contre les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile, en raison des dommages corporels, matériels et immatériels causés à des tiers, à la suite d'un accident et Chaque fois que cette responsabilité civile est recherchée, directement ou indirectement, pour quelque cause que ce soit, du fait de l'activité déclarée.

3-1-7) Les assurances catastrophes naturelles (CAT-NAT)

Jusqu'au début des années 1980, tous les contrats (tous risques chantier et tous risques montage) excluait les dommages causés par les catastrophes naturelles. Néanmoins, la loi sur les assurances de 1980 a introduit la couverture des catastrophes naturelles dans le cadre du contrat incendie.

L'ordonnance de 1995 a étendu la possibilité de couvrir les risques de catastrophes naturelles à l'ensemble des contrats d'assurance «dommages». Il ne s'agissait jusqu'alors que de la couverture des risques d'entreprise.

(1) Voir les articles 124, 66, 136, 138 et 140 du code civil, ainsi que les articles 56-59 de l'ordonnance 95/07.

Après les conséquences catastrophiques des inondations de Bab El Oued et du tremblement de terre de Zemmouri dans la wilaya de Boumerdès, une obligation d'assurance a été édictée. ⁽¹⁾ Elle vise d'abord les biens des particuliers, mais également les biens industriels et commerciaux.

Les assureurs algériens sont de la même façon obligés d'accorder la couverture des risques de CAT-NAT, et remplacent les pouvoirs publics dans l'organisation de l'indemnisation. Cependant, leur capacité financière pourrait être élargie par la réassurance et la constitution de réserves.

Le système bénéficie du soutien financier de l'Etat en cas de déséquilibre des résultats (garantie de l'Etat accordée à la CCR). Par ailleurs, il existe, depuis 1990, un fonds d'indemnisation des victimes des calamités naturelles (FCN).

3-2) Les produits d'assurance de biens et de responsabilité destinés aux professionnels

La différence entre les produits d'assurance destinés aux professionnels avec ceux destinés aux particuliers réside dans le fait que les risques couverts par les entreprises sont plus importants, plus élevés, chaque produit a ses particularités propres, toutes ses spécificités rendent la tarification et la politique marketing différente.

Les assurances aux entreprises sont devenues de plus en plus personnalisées, l'objectif recherché par ce type d'assurance est d'indemniser l'entreprise des dommages causés par un sinistre. ⁽²⁾

Il existe plusieurs catégories d'assurances de dommages que les assureurs proposent aux entreprises :

(1) Article 1er de l'ordonnance 03-12 du 26/08/2003 (JORA n°52 de 2003) relative à l'obligation d'assurance des catastrophes naturelles et à l'indemnisation des victimes et ses textes d'application : décrets exécutifs 04-268 à 04-272 (JORA n°55 de 2004).

(2) André PLANES « guide des assurances de l'entreprise » GUALIO éditeur, Paris, 1999, P43.

3-2-1) Les assurances incendies et risques annexes ⁽¹⁾

Ce type d'assurance porte sur la couverture des biens de l'entreprise (bâtiments, équipements, machines, stocks...) contre les risques divers tels que : l'explosion, incendie, impact de véhicules, chute d'avion, dégâts d'eaux, poids de la neige, grêle, chute de la foudre, grève, émeutes et mouvements populaires, dommages électriques, attentats, catastrophes naturelles...etc.

Ce type d'assurance est connu sous l'appellation d'assurance incendie et risque divers (I.A.R.D)

3-2-2) Le bris de machines ⁽²⁾

Ce type de contrat couvre les coûts de réparation ou de remplacement des machines détruites ou tombées en panne accidentellement.

3-2-3) Les pertes d'exploitation ⁽³⁾

Ce type de contrat garantit les pertes d'exploitation (les réparations et les frais fixes dépensés dans la période d'arrêt d'activité) après incendie ou après bris de machine, on l'appelle aussi (pertes de bénéfices).

3-2-4) Assurance vol ⁽⁴⁾

Cette garantie est souvent annexée au contrat d'assurance incendie et risques divers, mais l'entreprise préfère souscrire un contrat spécifique au vol surtout dans le cas d'un risque de vol important. Les vols qui peuvent être assurés sont : les stocks, les équipements, les titres, les valeurs, les espèces, on considère les détournements d'argent comme du vol donc, peuvent faire l'objet de telle garantie.

(1) Jérôme YEATMAN, *op.cit*, pp158-163. Voir aussi, les articles 44-48 (assurances contre l'incendie et risques accessoires) de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée.

(2) IBID, pp163-164.

(3) IBID, pp164-167.

(4) IBID, pp167-168.

3-2-5) Assurance de responsabilité civile ⁽¹⁾

Nous distinguons plusieurs types es de contrats :

- **La responsabilité civile des professionnels** : Ce contrat garantit les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile que peut encourir l'assuré en vertu de l'article 124 du code civil, en raison des dommages corporels, matériels et immatériels consécutifs causés aux tiers, du fait des activités professionnelles assurées et décrites dans les conditions particulières, que ce soit par l'assuré, ses préposés et apprentis, ses sous-traitants, tâcherons ou façonniers.
- **La responsabilité civile – produits** : Ce contrat garantit les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile incombant à l'assuré, en raison des dommages corporels, matériels et pécuniaires indirects causés aux tiers et aux acquéreurs, exclusivement par les produits désignés, après leur livraison, dans le cadre des seules activités définies et du fait de leur utilisation, de leur usage ou de leur consommation, conformément à leur mode d'emploi, selon les normes ou conditions légales, conventionnelles ou usuelles y afférentes.

La garantie de l'assureur n'est acquise que lorsque cette responsabilité est encourue du fait d'une erreur, d'une maladresse, d'une faute involontaire, d'une malfaçon ou d'un vice caché trouvant son origine dans les opérations intellectuelles ou matérielles de conception, de mise au point, de préparation, de fabrication, de transformation, de contrôle, de conditionnement, de préconisation d'utilisation, d'étiquetage ou de stockage des produits assurés.

Le retour des produits vendus pour les raisons d'une nouvelle technologie, l'observation d'un fonctionnement défectueux suite à un acte criminel, suite à une erreur de fabrication pouvant engendrer à l'entreprise des coûts importants en frais et en termes d'image commerciale. Ces frais occasionnés par ces rappels peuvent faire l'objet d'une assurance personnalisée.

(1) Jérôme YEATMAN, op.cit, pp168-169. Voir aussi, les articles 163- 173 de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée.

- **La responsabilité civile décennale** : Ce contrat a pour objet de garantir, avant toute recherche de responsabilité, le paiement des dépenses relatives aux travaux de réparation des dommages dont les assurés sont responsables lors de la construction d'un ouvrage.

Ce contrat couvre essentiellement les dommages liés à l'effondrement partiel ou total de l'ouvrage causé par des erreurs d'exécution des travaux. Les catastrophes naturelles, ainsi que les dommages, liés à l'exploitation de l'édifice, restent exclus.

Les garanties prennent effet à compter de la réception définitive des ouvrages, laquelle est fixée par le procès-verbal de réception définitive. Elles expirent dix années après cette date.

Les bénéficiaires de l'assurance sont le maître de l'ouvrage ou les propriétaires successifs de cet ouvrage.

- **La responsabilité civile des mandataires sociaux** : Les assureurs occidentaux ont mis à la disposition des entreprises le contrat qui couvre les frais de justice et les condamnations en dommage et intérêt qui peuvent affecter les mandataires de l'entreprise (tiers, clients, salariés, actionnaires et créanciers).
- **La responsabilité civile du fait de la pollution** : Garantit les dommages causés par la pollution produite par l'activité de l'entreprise.

3-2-6) Contrat multirisque d'entreprise ou professionnels ⁽¹⁾

Pour des raisons de facilitations destinées à la fois aux vendeurs des assurances et aux souscripteurs, on peut concevoir un contrat regroupant plusieurs garanties telles que :

- incendie et risques divers, R. C vol et fidélité,
- pertes d'exploitation.

Les entreprises d'assurance proposent des contrats multirisques par type de profession (multirisques commerçants, multirisques hôteliers restaurateurs, multirisques des professionnels de travail du bois, multirisques bijoutiers, ...etc.).

(1) Jérôme YEATMAN, op.cit, pp172-175.

3-2-7 Assurance automobile ⁽¹⁾

Les garanties souscrites en termes de contrat d'assurance automobile destinées aux entreprises sont pratiquement les mêmes que celles destinées aux particuliers, néanmoins la gestion des contrats est plus ou moins personnalisée quand il s'agit des entreprises.

3-2-8) Transport ⁽²⁾

La spécificité de l'activité de transport à l'origine qui était un transport maritime a fait de ce contrat une particularité et une gestion spéciale. Les entreprises d'assurance consacrent pour ce genre de contrat toute une structure indépendante :

- **Les facultés maritimes** ⁽³⁾: Les assurances de transport maritime étant régies par le droit commercial international. Les facultés couvertes par le contrat peuvent être assurées, soit aux conditions «tous risques», soit aux conditions «franc d'avaries particulières sauf » (FAP SAUF). A défaut de stipulation expresse accordant la garantie «tous risques», elles sont assurées aux conditions «FAP SAUF».
- **Assurance aviation** ⁽⁴⁾: Cette branche est spécifique. En effet, il existe plusieurs intervenants qui peuvent souscrire ce genre de contrats :
 - les compagnies aériennes pour se couvrir contre les dommages affectant le corps aérien et leur responsabilité civile,
 - les entreprises constructrices des avions qui assurent leur responsabilité civile lors des livraisons ainsi que les vols d'essai,
 - les gestionnaires d'aéroports qui assurent leur responsabilité,
 - les propriétaires privés souscrivent le contrat d'aviation général,
 - les pilotes peuvent souscrire des contrats couvrant les accidents limités à la durée des voyages aériens.

(1) Jérôme YEATMAN, op.cit, p175.

(2) IBID, pp175-180.

(3) Voir les articles 93-150 de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée.

(4) Voir les articles 151-162 de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée.

- **Autres assurances transports**

- **Les facultés aériennes et facultés terrestres** : Ce sont les marchandises transportées par voie aérienne ou par voie terrestre (routes ou trains).
- **Les corps de navire** : Il s'agit des assurances des navires eux-mêmes. On distingue les corps de pêche, individuels ou en flottille, les corps de commerce, incluant les tankers, les corps de navires de passagers et les bateaux de plaisance.

Les contrats «corps de navire» sont des multirisques couvrant, outre les navires eux-mêmes, la responsabilité des propriétaires et navigants.

- **Les corps d'aéronefs** : On distingue les corps d'aéronefs en fonction de la taille, de la motorisation et de l'usage.

3-2-9) Crédits et cautions ⁽¹⁾

Les entreprises qui travaillent beaucoup avec des crédits, il leur convient de souscrire des contrats d'assurance-crédit contre les risques commerciaux (non-paiement des clients). ⁽²⁾

Il y a lieu de noter que le non recouvrement des créances pour des raisons politiques (guerre, révolution, fermeture de frontières, interdiction de transfert monétaire, nationalisation) est exclu de ce genre de contrat par les sociétés d'assurance. Les gouverneurs ont mis en place des sociétés spécialisées dans ce type de couverture des risques (exemple : COFACE en France et CAGEX en Algérie).

Les sociétés d'assurance peuvent être agréées pour délivrer des cautions (c'est un engagement pris par un tiers de payer à un créancier la dette du débiteur principal si celui-ci ne l'acquitte pas).

(1) Voir l'article 59 de l'ordonnance N° 95-07(Ajouté par l'art. 8 de la loi 06-04).

(2) Jérôme YEATMAN, op.cit, pp181-183.

3-2-10) Les risques politiques ⁽¹⁾

Certains assureurs proposent des contrats d'assurance couvrant le risque de décisions politiques par les pays étrangers qui affectent les entreprises implantées dans ces pays. Les décisions peuvent concerner la confiscation, la nationalisation et fonctionnement d'un investissement implanté à l'étranger.

3-2-11) Les risques agricoles ⁽²⁾

Ce sont des contrats spécifiques destinés aux agriculteurs pour garantir l'assuré contre les risques suivants : incendies et risques annexés des bâtiments agricoles, assurance des machines et matériels, responsabilité civile, mortalité du bétail, grêle, incendies de forêts ou de récoltes, maladies des végétaux et les catastrophes naturelles (ouragans, inondations...etc.).

Pour des raisons de facilitations et de spécificités particulières des agriculteurs, les sociétés d'assurance proposent des contrats multirisques par type d'agriculteurs, tel que :

- contrat multirisques aux éleveurs de bovins et /ou ovins.
- contrat multirisques aux éleveurs de poulets,
- contrat multirisques aux viticulteurs,
- contrat multirisques aux producteurs de fruits,
- contrat multirisques aux producteurs de céréales,
- contrat multirisques aux producteurs de fleurs,
- contrat multirisques aux forestiers...etc.

3-2-12) Les risques techniques

- Les contrats tous risques chantiers (TRC) et tous risques montage (TRM) : ces risques concernent l'assurance des entreprises et font partie des «risques techniques».
- Les risques «bris de machine» (BDM) et «matériel informatique» (TRI) : ils concernent également l'assurance des entreprises et font partie des «risques techniques» qui comprennent également les pertes d'exploitation après bris.

Les risques bris de machines et informatiques peuvent être couverts dans le cadre de contrats spécifiques ou bien de contrats multirisques tout en conservant la même philosophie.

(1) Jérôme YEATMAN, op.cit, pp185.

(2) Jérôme YEATMAN, op.cit, pp185-186. Voir aussi, les articles 52- 54 de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée.

3-2-13) Les assurances catastrophes naturelles (CAT-NAT)

Ce produit se comporte de la même manière que celui destiné aux particuliers.

Section 04 : Les assurances de personnes en Algérie

Les risques de personnes ou assurances vie ne représentent que 6,8 % du marché en 2012, 8,10% en 2011, tirés pour l'essentiel de la vente de deux produits, les assurances liées aux crédits (vie et décès), les assurances liées aux voyages à l'étranger et les assurances prévoyance collective (groupe). ⁽¹⁾

4-1) Les assurances de personnes destinées aux particuliers

Il n'y a pas une chose plus chère que la vie de la personne, ceci fait que les marchés d'assurance modernes sont dominés par ce genre d'assurance.

Les assurances de personnes ont pour objet le versement de prestations forfaitaires en cas d'événement affectant la personne même de l'assuré. ⁽²⁾

Les différentes catégories d'assurances de personnes appliquées ainsi que leurs modalités de fonctionnement en Algérie sont celles prévues dans l'ordonnance N° 95-07 relative aux assurances notamment : ⁽³⁾ accidents, maladies, assistance (assistance aux personnes en difficulté, notamment au cours de déplacement), vie-décès, nuptialité, natalité, assurance liées à des fonds d'investissement, capitalisation, gestion de fonds collectifs, prévoyance collective et réassurance, nuptialité — natalité, Capitalisation.

Deux grandes catégories d'assurances de personnes destinées aux particuliers peuvent être distinguées, ainsi qu'une catégorie mixte entre les deux :

4-1-1) Assurance en cas de vie ⁽⁴⁾

Différentes formes de contrats peuvent être envisagés dans cette catégorie :

(1) Note de conjoncture des assurances au 31/12/2012, CNA, p9.

(2) François COULIBAUET « les grands principes de l'Assurance » op cit, p62.

(3) Voir les articles 60- 91 de l'ordonnance 95-07 modifiée et complétée.

(4) Jérôme YEATMAN, op.cit, pp148-149.

- **Assurance retraite** : C'est une épargne souscrite à titre individuel ou par adhésion à un groupe.

Le contrat peut prévoir, au choix de l'assuré, le versement d'une retraite complémentaire à 60 ans sous forme de rente viagère ou de capital.

Dans les deux cas (rente ou capital), le contrat comprend une clause permettant de rembourser les cotisations versées ou l'épargne acquise lors du décès prématuré de l'assuré.

- **L'assurance capital différé** : Le versement du capital à l'assuré en vie dépendra des cotisations versées par ce dernier, de taux d'intérêt prévu et des éventuelles participations aux bénéfices financiers réalisés sur la gestion de l'épargne gérée.
- **Assurance rentes viagères** : La société d'assurance s'engage à verser un revenu certain pendant la vie de l'assuré (peut être réversible sur une autre tête...) la revalorisation de ce revenu est effectuée en fonction de l'inflation.
- **Les produits d'épargne et de capitalisation** : Ici les assureurs jouent le rôle des gestionnaires des fonds comme tant d'autres organismes financiers (banques, bourses, caisses d'épargnes) les intérêts s'alignent souvent à l'intérêt accordé par ces derniers.
- **Assurance santé** : Ce contrat peut garantir les polices suivantes :
 - remboursement des frais médicaux, pharmaceutiques et d'hospitalisation,
 - garanties de l'incapacité temporaire ou permanente,
 - l'assurance des maladies redoutées (maladies graves),
 - la dépendance qui consiste en la prise en charge des personnes âgées qui souscrivent ce genre d'assurance.
- **Les garanties complémentaires** : on retrouve les contrats suivants :
 - **La contre assurance** : C'est une prime versée en cas de non réalisation du sinistre.
 - **L'exonération du paiement des cotisations** : cette forme d'assurance peut être prévue en cas d'accident de santé (invalidité) ou une hospitalisation prolongée, l'assuré est exonéré de paiement des cotisations dans cette période.

- Garantie en cas d'infirmité permanente : garantit le versement d'un capital en cas d'infirmité totale ou partielle (à un pourcentage prévu dans le contrat).

4-1-2) Assurance en cas de décès ⁽¹⁾

Il existe plusieurs formules d'assurance en cas de décès :

- **L'Assurance temporaire** : Ce contrat garantit le versement d'un capital au bénéficiaire désigné si l'assuré décède avant la date fixée comme terme de ce contrat.
- **Majoration des capitaux décès en cas d'accidents** : Un capital est garanti (majoré du capital décès) si la mort est accidentelle et non pas due à une maladie.
- **La réversion de la rente** : Une pension de réversion déterminée par un pourcentage de la pension de l'assuré décédé peut être versée au bénéficiaire désigné dans le contrat.
- **L'assurance des frais d'études** : Ce type de contrat garantit la prise en charge des frais d'études des enfants en cas de décès de leurs parents.
- **L'assurance vie entière** : Ce contrat garantit le versement d'un capital aux bénéficiaires désigné par l'assuré s'il décède quelle qu'en soit la date.

4-1-3) Assurance mixtes ou combinées ⁽²⁾

Ce genre de contrat garantit des préventions relatives à la fois à la vie ou au décès de l'assuré. On trouve sous cette catégorie :

- **Individuelle voyages** : Il s'agit d'une assurance qui couvre le décès, la maladie et une assistance à l'étranger pour le rapatriement de la personne ou du corps.

(1) Jérôme YEATMAN, op.cit, pp147-148.

(2) IBID, op.cit, pp149-150.

C'est une assurance qui n'est pas obligatoire mais qui s'impose de fait. A titre d'exemple, l'entrée sur le territoire Schengen ne peut se faire que sur la production d'une attestation d'assurance spécifique couvrant les frais médicaux et le rapatriement.

C'est un contrat qui garantit l'assuré en cas d'accidents survenus en cours de voyage privé ou d'affaires. C'est une assurance qui est de fait limitée dans le temps.

- **Individuelle accident** : Ce type d'assurance garantit aux souscripteurs l'indemnisation en cas d'accidents entraînant des dommages corporels, les garanties peuvent être :
 - Capital payé aux bénéficiaires en cas de décès accidentel,
 - Capital en cas d'infirmité permanente (totale ou partielle) (l'invalidité).

Ce contrat a pour objet de garantir le paiement des sommes assurées dans les cas où l'assuré serait victime d'accident tant au cours de sa vie professionnelle qu'en dehors de celle-ci.

4-2) Les assurances de personnes proposées aux entreprises ⁽¹⁾

Dans ses relations avec le personnel, le chef de l'entreprise doit souscrire des contrats d'assurance obligatoires et d'autres contrats facultatifs en vue de motiver le client interne de l'entreprise (le personnel).

Quelques contrats fréquents chez les assureurs algériens sont prévus par l'ordonnance N° 95-07 relative aux assurances notamment dans les articles 62, 63, 64 et 67 de la présente ordonnance. On distingue les contrats suivants :

4-2-1) L'assurance accident de travail

C'est une assurance obligatoire qui couvre le personnel tout en prenant en charge les frais de traitements médicaux, ainsi que les indemnisations du personnel affecté lors des accidents de travail entraînés lors du trajet menant du domicile au lieu de travail, ainsi l'assureur s'engage à fixer une prime d'invalidité dans le cas de survenance de ce genre d'accident.

(1) Jérôme YEATMAN, op.cit, pp186-191.

Dans le tiers monde, ce genre d'assurance est pris en charge par les caisses publiques (caisse de sécurité sociale). Néanmoins, l'incapacité de ces caisses à répondre aux demandes incessantes de la population en matière de sécurité sociale, ouvre le champ aux sociétés d'assurance plus solvable de souscrire un tel type d'assurance qui peuvent être complémentaires aux assurances sociales.

4-2-2) Les contrats de prévoyance

Cette Assurance tantôt obligatoire tantôt non, peut couvrir une panoplie de garanties telles que :

- le risque maladie de santé du salarié lui-même et de sa proche famille, époux ou épouse et enfants mineurs,
- le risque vieillesse du salarié,
- le risque chômage du salarié,
- le risque décès du salarié, ou du conjoint et de ses enfants mineurs,
- le risque invalidité en cas de perte définitive de santé.

4-2-3) L'assurance des hommes clés

C'est un contrat proposé par les assureurs suite à la demande des actionnaires pour la protection des meilleurs dirigeants contre leur départ qui peut engendrer des pertes d'exploitation et de résultats.

4-2-4) Les assurances de groupe

Le contrat d'assurance de groupe est souscrit par une personne morale ou physique en vue de l'adhésion d'un ensemble de personnes répondant aux conditions définies au contrat pour la couverture d'un ou plusieurs risques relatifs aux assurances de personnes.

Elle peut être contractée dans le cadre d'une convention collective couvrant par exemple une catégorie de personnel (cadres, cadres supérieurs, etc.), peut être une couverture d'activité commune de caractère non professionnel ou encore une couverture à caractère économique telle que les opérations de crédit. Les garanties offertes sont énumérées ci-dessous :

- **Le décès** : En cas de décès de l'assuré, le paiement d'un capital est garanti au(x) bénéficiaire(s) désigné(s).

- **L'invalidité permanente totale** : Est considéré comme atteint d'une invalidité permanente et totale, tout assuré classé par la sécurité sociale dans la catégorie du troisième groupe. La compagnie verse à l'assuré par anticipation le capital prévu en cas de décès.

- **Garanties complémentaires** : on retrouve :
 - Le décès : suite à décès consécutif à un accident de la circulation, il sera réglé un capital supplémentaire cumulable aux garanties citées ci-dessus.
 - La rente éducation : suite au décès de l'assuré, ces rentes sont destinées à faire face à l'entretien des orphelins jusqu'à l'âge de 18 ou 21 ans ou jusqu'à la fin des études.
 - L'incapacité temporaire : l'assurance garantit le paiement d'une indemnité quotidienne à l'assuré qui, par suite d'une maladie ou d'accident, est dans l'obligation de cesser son activité.
 - L'invalidité : lorsque l'assuré est atteint d'une incapacité permanente de travail qui ne lui permet plus de tirer un revenu de son travail, l'assurance lui garantit une rente d'invalidité.
 - La maladie et soins annexes : cette assurance garantit le remboursement des frais de traitements médicaux occasionnés par une maladie ou un accident dont l'assuré pourrait être atteint.

4-2-5) Assurance temporaire décès

Ce contrat prévoit le versement au bénéficiaire désigné d'un capital au décès de l'assuré, le décès devant survenir avant une date déterminée.

L'invalidité permanente et totale de l'assuré entraîne le paiement anticipé du capital si elle survient avant le terme du contrat et avant l'âge de 60 ans.

Cette assurance répond au besoin de préserver la famille pendant quelques années, par exemple aussi longtemps que les enfants ne sont pas élevés.

Il existe également des temporaires décès au capital décroissant, particulièrement indiquées lorsque le contrat est souscrit en garantie d'une dette amortissable.

Section 05 : Le marché des assurances en Algérie

5-1) Caractéristiques générales du marché

L'Algérie se caractérise avant tout par la faiblesse relative de son marché des assurances. Les indicateurs de l'activité d'assurance en 2011 montre que l'Algérie occupe les dernières places en ce qui concerne tous les agrégats d'assurance et beaucoup reste à faire pour hisser ce secteur à ses véritables potentiels.

En effet, au niveau mondial en 2011, ⁽¹⁾ l'Algérie occupe la position 64 en termes de production avec 1 201 millions de dollars. Elle est classée au rang 84 en termes de taux de pénétration avec 0,7%. Quant à la densité d'assurance, elle occupe le rang 80 avec 33 dollars par habitant et par année.

Le marché des assurances en Algérie apparaît peu développé, malgré un marché de 37,9 millions d'habitants. ⁽²⁾

Le marché des assurances est largement dominé par le secteur public, la part de marché de sociétés privées en termes de production au 31/12/2012 est de 24,8% seulement. ⁽³⁾

Les assurances dommages représentent plus de 90% de total de la production réalisé par le marché en 4^{ème} trimestre 2012. La part des assurances de personnes reste insignifiante (9,6%) à la même période, ⁽⁴⁾ contre plus de 57% comme moyenne mondiale en 2011 ⁽⁵⁾. C'est le domaine où le potentiel de développement du marché apparaît comme le plus important.

En termes de branches, l'assurance automobile occupe la part du lion avec plus de 50% suivi par les assurances IRD (30%) et transport (9%). ⁽⁶⁾

Cet état de fait, nous renseigne sur les caractéristiques du marché algérien des assurances, qui est dominé par les assurances obligatoires.

(1) Swiss Re, Sigma N°3/2012. « l'assurance dans le monde en 2011 ».

(2) Dernier recensement de l'ONS (au premier janvier 2013), www.ons.dz, consulté le 02/05/2013.

(3) Note de conjoncture du marché des assurances de 4^{ème} trimestre 2012, CNA, p8.

(4) IBID, p1.

(5) 2012 Financial Report, Swiss Re, p19.

(6) Note de conjoncture du marché des assurances de 4^{ème} trimestre 2012, CNA, p8.

Conséquence d'une absence d'obligation légale dans ce domaine, le patrimoine immobilier reste l'un des parents pauvres de l'assurance algérienne. On estime qu'en 2010, uniquement 4% des habitations et 8% des installations commerciales et industrielles sont couverts par un contrat d'assurance catastrophes naturelles. ⁽¹⁾

L'obligation récente, instaurée après le séisme qui a touché la région de Boumerdès en 2003, d'une assurance contre les catastrophes naturelles n'a pas permis à ce type d'assurance de décoller significativement. En effet, en l'absence de la culture d'assurance, peu d'algériens souscrivent à ce contrat d'assurance.

Par ailleurs, la suppression du monopole de l'État dès 1995 a principalement profité à un petit nombre d'entreprises privées algériennes qui ont manifesté un certain dynamisme en élargissant la gamme des produits offerts à la clientèle et en pratiquant une sévère concurrence sur les tarifs.

Pour dynamiser au plus le secteur, La loi n° 06-04 du 20 février 2006 modifie l'ordonnance 95-07 institue le principe de la séparation des activités d'assurance en assurance de personnes et assurances dommages.

Dans le but de renforcer la solidité financière des sociétés d'assurance, les pouvoirs publics ont récemment décidé de relever sensiblement le seuil de capital minimum des compagnies en le portant à 1 milliard de dinars (contre 200 millions de dinars) pour les sociétés d'assurance de personnes et celui des autres sociétés dommages à 2 milliards de dinars (contre 500 millions de dinars). ⁽²⁾

5-2) La position du marché de l'assurance dans le système financier algérien

Le système financier algérien est constitué de plusieurs organes: la banque centrale, les banques commerciales, des institutions financières non-bancaires, le trésor public, fonds de pension, compagnies d'assurance. Celles-ci jouent un rôle important dans la stimulation et l'activation du système financier.

En effet, l'activité de l'assurance se résume dans les points suivants :

(1) Hamida.B « Evolution du marché Assurances contre les catastrophes naturelles depuis 2010 : Plus de 10% des Algériens assurés », El Moudjahid du 30/07/2012.

(2) Décret exécutif n° 95-344 du 30 octobre 1995 relatif au capital social minimum des sociétés d'assurances (J.O. n° 65 du 31 octobre 1995), modifié et complété par le décret exécutif n° 09-375 du 16 novembre 2009 (J.O. n° 67 du 19 Novembre 2009).

- payer les primes par l'assuré au profit des compagnies d'assurance constituées pour ces entreprises des réserves légales qui permettront de respecter ses obligations envers l'assuré dans l'avenir.
- paiement des indemnités à l'assuré en cas de la survenance du sinistre,
- placement des réserves techniques en fonction des ratios déterminés par la réglementation en vigueur. ⁽¹⁾, en plus des réserves techniques que la compagnie d'assurance se doit de constituer, elle peut intervenir dans ce qui suit :
 - investissements dans l'immobilier en achetant de l'immobilier afin de le louer ou de le revendre,
 - en début des années quatre-vingt-dix, investir dans le marché monétaire a été très efficace compte tenu des taux d'intérêt élevés (plus de 20%). Cependant, le taux d'intérêt a diminué pour ne pas dépasser les 4% durant ces dernières années, ce qui a affecté les produits financiers des compagnies d'assurance, de temps plus, les opportunités d'investissement demeurent limitées.
- les compagnies d'assurance ont contribué ainsi que des banques commerciales dans la mise en place des intermédiaires en opérations de bourses (IOB).
- aussi, les compagnies d'assurance ont contribué à la mise en place des courtiers spécialisés dans les valeurs du trésor.

5-3) Le secteur des assurances à la lumière des réformes économiques Adoptées par l'Algérie

À la lumière des transformations économiques qui s'opèrent dans le monde et qui imposent ses propres logiques de libération du commerce international des services, le secteur des assurances a connu, en Algérie, les réformes ci-après :

5-3-1) Réformes juridiques

Comme, nous l'avons mentionné auparavant, l'environnement légal de l'activité d'assurance a été marqué par la promulgation d'une série de dispositions réglementaires visant l'organisation du secteur.

(1) Décret exécutif n° 95-342 du 30 octobre 1995 relatif aux engagements réglementés. (J.O. n° 65 du 31 octobre 1995), suivi de l'arrêté du 02 octobre 1996 modifié et complété par l'arrêté du 07 janvier 2002.

En effet, les dates phares de cette réglementation sont indiquées ci-dessous :⁽¹⁾

- **1963**: contrôle de l'Etat sur l'activité de l'assurance pour réduire les fuites effrayantes des capitaux vers l'étranger.
- **1966**: instaurer le monopole de l'Etat sur l'activité d'assurance, dans le cadre du système socialiste, qui a été adoptée à cette période et la phase de l'économie planifiée.
- **1976**: la restructuration du marché algérien des assurances et la spécialisation des sociétés d'assurance.
- **1980**: publication de la première loi algérienne sur les assurances (loi 80-07) destinée à développer les activités d'assurance du point de vue purement socialiste comme moyen pour la gestion et le contrôle de l'économie par l'État.
- **1988**: abrogation de la spécialisation des compagnies d'assurance.
- **1995**: la libéralisation de l'activité d'assurance et permettre aux entreprises privées d'entrer sur le marché.
- **1996**: Résolution N° 007, en date du 02/10/1996, qui détermine les taux de dotation financière qui doivent être respectés par les compagnies d'assurance et de réassurance.
- **2002**: décret ministériel déterminant la méthode du calcul des taux de placement et les réviser à la baisse.
- **2006**, la loi du 20fevrier prévoit la vente de produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés. Aussi, on a édifié la séparation entre les deux activités d'assurances (personnes et dommages).

(1) Pour de plus amples informations, notamment après 1995, voir les textes réglementaires relatives à l'assurance dans ce qui suit : l'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995, la loi n° 06-04, la loi de finances pour 2007, la loi de finances complémentaire pour 2008, la loi de finances complémentaire pour 2010, la loi de finances complémentaire pour 2011, J.O.R.A. N° 15 du 12 mars 2006, J.O.R.A N° 27 du 26 avril 2006, J.O.R.A N°85 du 27 décembre 2006, J.O.R.A N° 42 du 27 juillet 2008, J.O.R.A N° 49 du 29 Aout 2010 et J.O.R.A N°40 du 20 Juillet 2011.

- **2007**: en mai 2007, un décret exécutif détermine les modalités de la distribution de produits d'assurance par les banques et les institutions financières et les réseaux de distribution. En août 2007, décret exécutif identifie les produits disponibles pour la distribution.
- **2008**: Le ministère des Finances limite le pourcentage maximum d'une contribution des banques publiques ou privées activant en Algérie dans le capital des sociétés d'assurance et de réassurance à 15%.
- **2013** : La marge de solvabilité pour les sociétés d'assurance dommages et/ou de réassurance et pour les sociétés d'assurance de personnes autres que vie-décès, au moins égale à 15% des provisions techniques. A tout moment de l'année, pour les sociétés d'assurance de personnes, au moins égale à la somme de : 4% des provisions mathématiques et 0,3% des capitaux sous risque non négatifs. ⁽¹⁾

5-3-2) réformes économiques

Nous intéresserons aux réformes économiques et sociales qui touchent aux assurances :

- **Commerce extérieur**: les réformes les plus importantes dans le commerce extérieur sont l'annulation du monopole de l'Etat en 1995, la réduction des tarifs douaniers, la promotion des exportations hors pétrole. Cette libéralisation du commerce extérieur a créé une dynamique dans le secteur de l'assurance, en particulier pour les exportations de produits dérivés du pétrole.
- **Privatisation du secteur public**: la privatisation des entreprises publiques engendre la remontée de la notion du risque d'où le développement des assurances. En Algérie cette privatisation n'a pas eu les objectifs probants et le secteur privé reste toujours limité en raisons, notamment de : problème du financement, la difficulté d'obtenir des informations, le problème de la bureaucratie et les procédures administratives, le manque de clarté en termes d'accès à l'immobilier industriel, manque d'efficacité du système juridique et en fin, la corruption et le favoritisme.

(1) Décret exécutif N° 13-115 du 28 mars 2013 modifiant le décret exécutif n° 95-343 du 30 octobre 1995 relatif à la marge de solvabilité des sociétés d'assurance.(JORA N°18 du 31 mars 2013).

- **Les investissements étrangers**: de grands efforts ont été consentis pour attirer l'investissement étranger dans le but d'augmenter le chiffre d'affaires des compagnies d'assurance, sauf que le volume des investissements directs étrangers est resté faible. Les projets de grande envergure dans le cadre des plans de relances économiques ont profité aux grandes compagnies d'assurance étrangères.
- **La dévaluation**: la dévaluation de la monnaie nationale adoptée par l'Etat algérien en 1994 dans le cadre du programme d'ajustement structurelle n'a pas répondu à un des objectifs principaux qui est l'encouragement des exportations et par conséquent le développement des assurances.

5-3-3) Réformes sociales

- **le chômage**: Le processus répété de licenciement de dizaines de milliers de travailleurs, notamment dans les années 90, ont contribué au taux élevé de chômage, qui a eu un impact négatif sur l'activité des assurances. Aussi l'élévation du taux de chômage n'a pas contribué à l'augmentation des assurances-vie auxquelles font recours les patrons d'entreprises comme l'assurance groupes et assurance contre la perte d'emploi, contrairement à ce que se passe dans les pays développés.

Il y a lieu de noter que l'organisme créé par les autorités pour prendre en charge ce phénomène en l'occurrence la caisse nationale d'assurance chômage(CNAC) ⁽¹⁾ n'a pas eu les résultats escomptés en termes de réinsertion de ces travailleurs licenciés pour des raisons de fermeture d'entreprises.

- **La faiblesse du pouvoir d'achat**: en plus de taux élevé d'inflation notamment au début des années quatre-vingt-dix et la suppression de soutien aux prix pour la plus part des biens de large consommation ont poussé l'algérien à ne pas penser à l'assurance et se concentrer sur les besoins élémentaires de base.
- **L'incapacité des structures sociales**: le désengagement graduel de l'état dans la garantie des services sociaux afin de réduire les dépenses publiques contribue aux développements des assurances de personne. Néanmoins, cette liaison reste tributaire de la culture assurantielle qui est répondeur au milieu de la société algérienne.

(1) La CNAC a été créée en 1998 pour prendre en charge l'indemnisation des travailleurs licenciés pour des raisons économiques. Depuis quelques années, la CNAC devient un organisme de soutien à l'emploi de la catégorie 35-50ans, exclus jusque-là par le dispositif ANSEJ (agence nationale de soutien à l'emploi de jeune).

Nous observons aussi, l'existence du phénomène de solidarité entre les individus à travers, notamment, les membres de la même famille et les associations de quartiers et villages en offrant une certaine protection sociale diminuant ainsi de l'importance de l'assurance dans l'esprit de ces individus. Ajoutant à cela, la culture de l'assistanat héritée du système socialiste.

5-3-4) Réformes financières

Les montants investis par les compagnies d'assurance constituent une part importante de l'épargne nationale, pour cette raison, l'état encadre cet investissement par des lois garantissant l'emploi saint de ces réserves.

La politique d'investissement a vu depuis les changements des années soixante-dix dans le sens de l'assouplissement des restrictions d'investissement dans de nombreux pays afin de préserver la survie des compagnies d'assurance et leurs permettre de couvrir les pertes techniques.

Pour le cas de l'Algérie, les taux d'emploi des réserves techniques des compagnies d'assurance sont évolués de la manière suivante : ⁽¹⁾

- **Avant 1993**: Il n'y avait pas le choix pour les compagnies d'assurance où toutes les réserves techniques sont cédées au profit du trésor public.
- **1993**: Au moins 50% utilisé sous la forme de bons du trésor et le reste est distribué aux autres éléments d'actif et les éléments avec un taux maximum de 10% pour l'immobilier.
- **1996**: Un amendement dans les conditions de la représentation des réserves techniques par arrêté ministériel. L'amendement alloue 65% au moins pour les valeurs gouvernementales au lieu de 50%, 20% en dépôts à terme, 10% du marché de immobilier, 15% du marché des actions, 15% de la contribution au capital des sociétés.
- **2013** : la répartition de 1996 semble être dépassée pour répondre aux inspirations des sociétés d'assurance activant dans un marché concurrentiel, c'est pourquoi un décret exécutif ⁽²⁾ vient d'être promulgué en mars 2013.

(1) Voir rapports d'activité d'assurances 1993 et 1996.

(2) Décret exécutif n° 13-114 du 28 mars 2013 relatif aux engagements réglementés des sociétés d'assurance et/ou de réassurance (J.O.R.A n°18 du 31 mars 2013).

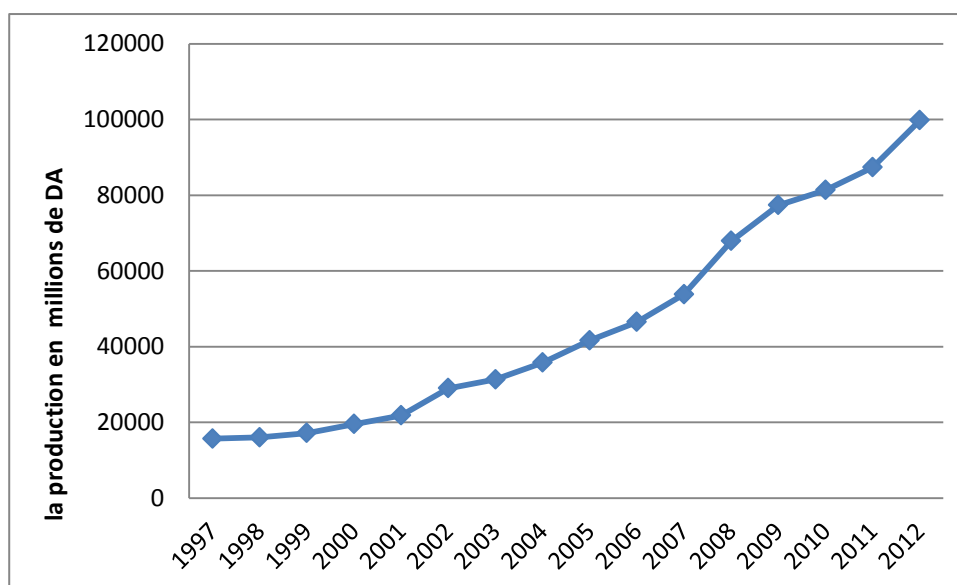
Lequel décret définit les conditions et modalités de constitution et de détermination des engagements réglementés ainsi que leur représentation à l'actif du bilan des sociétés d'assurance et/ou de réassurance et des succursales de sociétés d'assurance étrangères agréées. Cependant les textes d'application ne sont pas encore revus pour permettre aux sociétés de rentabiliser aux mieux leurs fonds.

5-4) le rôle de l'assurance dans l'économie : contraintes et perspectives

5-4-1) les grandes tendances du marché des assurances en Algérie

- Evolution de la production 1997-2012

Figure N°01 : évolution de la production 1997-2012



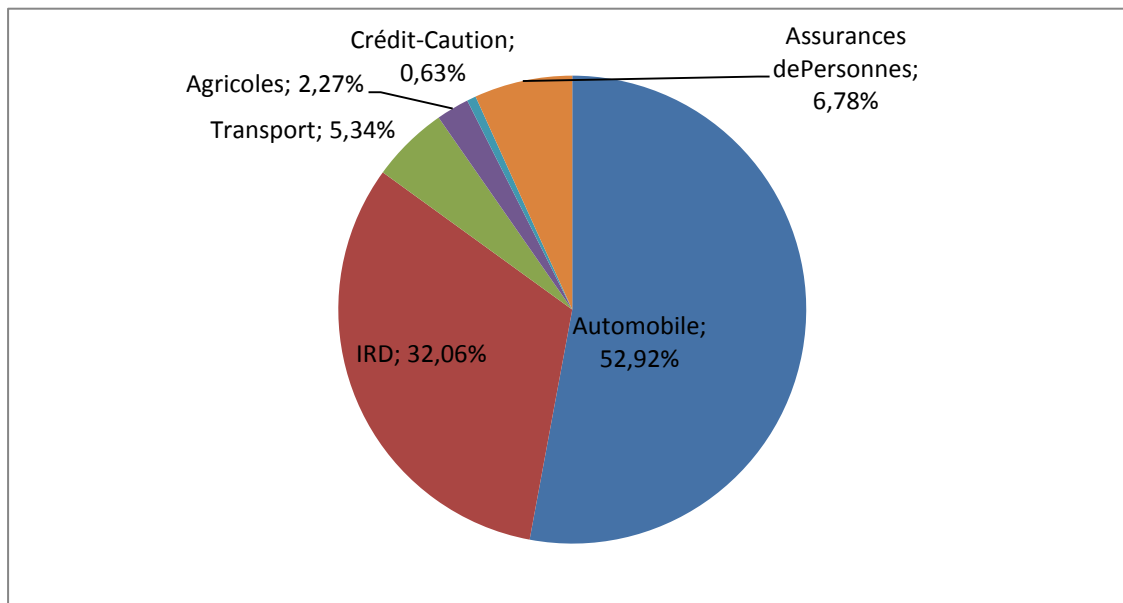
Source : établi à partir des données du rapport annuel d'activité d'assurance 2009 et les notes de conjoncture au 31/12 des années 2010,2011 et 2012.

Nous constatons une évolution positive de la production d'assurance d'une année à une autre. Cependant le taux de pénétration de l'assurance reste très faible (moins de un 1%). La production du secteur représente 0,66 % du PIB contre 0,47% en 2000. La densité d'assurance (primes / nombre d'habitants) quant à elle, passe de 650 DA en 2000 à 2 632 DA par habitant en 2012. ⁽¹⁾

La structure du portefeuille d'assurance par branche illustre la dominance de l'assurance automobile dans sa partie obligatoire, comme le montre le graphe suivant :

(1) Le nombre d'habitants en 2000 s'élevait à 30 millions et à 37,9 millions en 2012. Quant au PIB, il passait de 4.124 millions DA en 2000 à 15.088 millions DA en 2012 selon ONS : www.ons.dz, dernière visite : 02/05/2013.

Figure N° 02 : la production d'assurance par branche au 31/12/2012



Source : établi à partir des données de la note de conjoncture d'assurance au 31/12/2012 du CNA.

En effet, en 2012, deux branches essentielles dominent le marché : l'assurance automobile et l'assurance des dommages aux biens avec, respectivement, 52,2 et 31,6 milliards DA.

Plusieurs facteurs sont à l'origine de cette progression dont l'augmentation de 20% du tarif de la garantie responsabilité civile obligatoire depuis 2009, le plafonnement, tout récemment, des réductions tarifaires dans l'assurance automobile tous-risques à 30% pour les particuliers et 50% pour les entreprises, suivant un accord signé entre treize compagnies d'assurances dommages publiques et privées, le 7 juin 2012 .⁽¹⁾ Ajoutant à cela, l'accroissement du parc roulant national entraînant une souscription plus importante des garanties non obligatoires et l'apport des intermédiaires d'assurance orienté principalement vers la branche automobile.

Si la progression en assurance automobile paraît correspondre au niveau de réalisation enregistré par le parc roulant en Algérie, celle liée à l'IRD paraît en deçà des opportunités générées par le plan de relance économique et les projets d'investissement qu'il comprend.

Nous constatons que les assurances de personnes restent confinées dans une proportion ne dépassant point les de 7%. Elles ont réalisée en 2012 un niveau de primes égal à 6,69 milliards DA.

(1) C.B « assurances automobiles : les remises bientôt plafonnées », IN le soir d'Algérie 14 juillet 2012.

La séparation entre les deux activités introduite par la réforme de 2006 tend à diminuer de cette tendance en créant, en parallèle des assurances dommages, un marché des assurances de personnes regroupant des intervenants spécialisés activant suivant des règles appropriées. Il Ya lieu de noter que la plus part des sociétés n'ont procédé à la séparation des deux activités qu'en 2011, chose qui n'as pas permis de réaliser des chiffres importants, en parallèle et depuis juin 2011, toutes les sociétés qui n'ont pas procédé cette filialisation ont cessé de souscrire des contrats d'assurance de personnes.

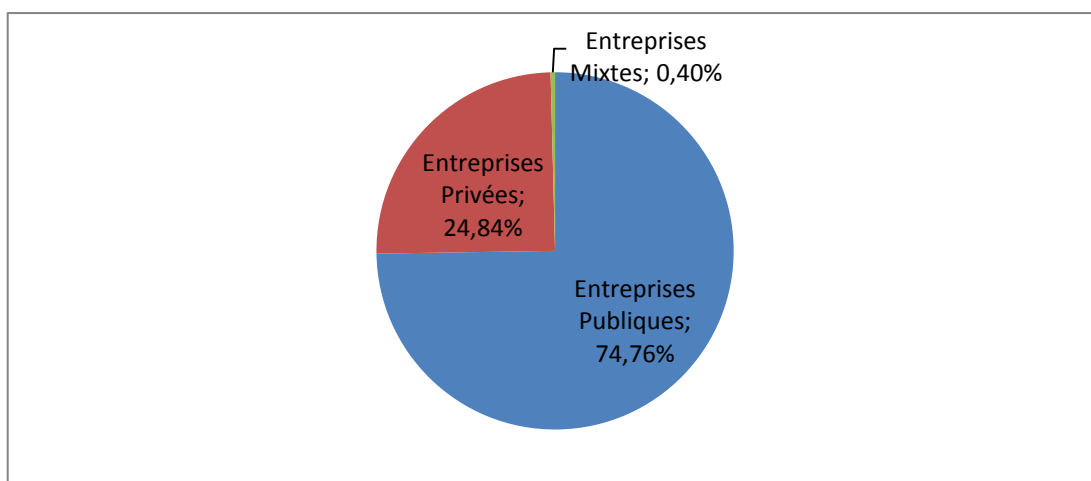
Avec un taux de pénétration de seulement 0,66%, le marché algérien recèle des potentialités tant au niveau des branches non encore exploitées (assurance maladie...), les branches peu développées (assurances de personnes...) qu'au niveau des produits traditionnels (risques agricoles, risque catastrophes naturelles).

Ainsi et mise à part l'automobile, des efforts importants restent à déployer par toutes les compagnies pour accéder et développer les différentes branches dont les parts actuelles renseignent sur les potentialités susceptibles d'être mises en valeur.

5-4-2) Structure de la production selon l'origine des capitaux des sociétés

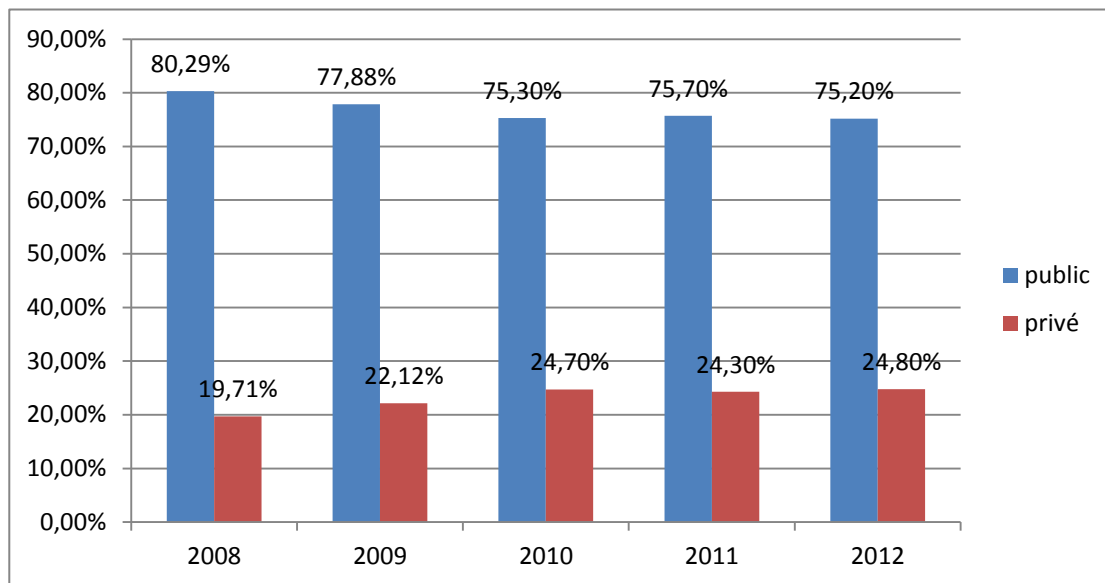
En 2012, au plan structurel, le marché reste dominé par le secteur public qui génère 74,76% de la production du marché contre 24,84% pour les sociétés privées et 0,4% pour les sociétés mixtes.

Figure N° 03 : production des assurances dommages au 31/12/2012 selon l'origine des capitaux



Source : établi à partir des données de la note de conjoncture d'assurance au 31/12/2012 du CNA.

Figure N° 04 : Evolution 2008-2012 de la production d'assurance dommages selon l'origine des capitaux



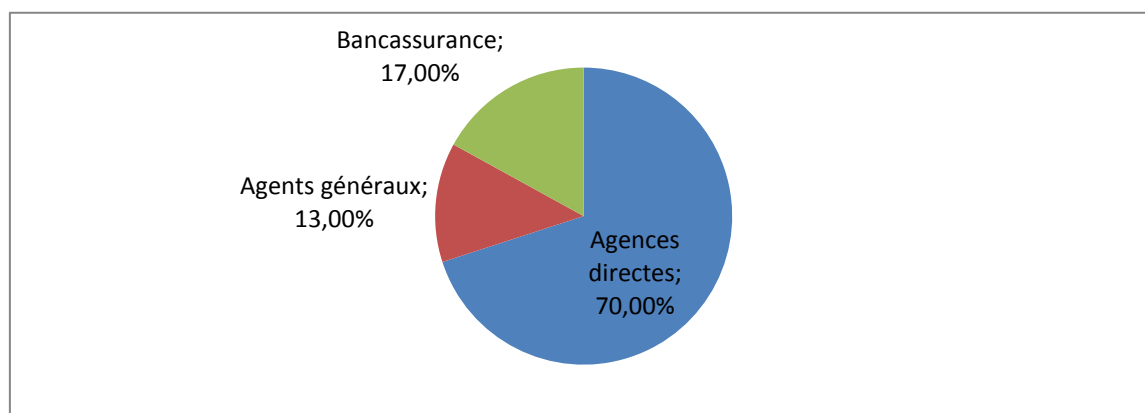
Source : établi à partir des adonnées des rapports d'activités d'assurance pour 2008 et 2009 (ministère des finances) et les notes de conjoncture pour 2010, 2011 et 2012 (CNA).

Aussi, nous constatons que la part du secteur public diminue d'une année à l'autre, tandis que celle du secteur privé augmente.

5-4-3) Structure de réseau de distribution des assurances de personnes

En 2012, les agences directes des sociétés d'assurance réalisent 70% du marché, les agents généraux 13% et la bancassurance arrive à 17%.

Figure N° 05 : Structure de la production en assurances de personnes par type de réseau au 31/12/2012



Source : établi à partir des données de la note de conjoncture au 31/12/2012 du CNA.

Nous remarquons bien, l'entrée de la bancassurance dans la distribution des assurances de personnes, c'est-à-dire la distribution par les guichets des

banques. Nous analyserons cet aspect avec détails dans notre cinquième chapitre.

5-4-4) Synthèse d'analyse de l'activité d'assurance

Nous pouvons résumer les résultats de l'analyse précédente dans ce qui suit :

- L'assurance joue un rôle économique important. Cependant les chiffres affichés par l'activité de l'assurance en Algérie ne sauraient répondre à ces besoins, le taux de pénétration étant 0,66% en 2012 et la densité par habitant est de 2 632 DA ne reflètent point le potentiel que présente l'économie algérienne.
- L'activité d'assurance reste dominée à la fois par la branche automobile (52,92%) et par le secteur public (74,76%).
- La distribution des assurances de personnes par le biais des banques commence à se sentir. AU 31/12/2012 on a enregistré un taux 17%, ce qui n'est pas négligeable, vu l'apparition récente de ce mode de distribution. Néanmoins la part de l'assurance de personnes (6,8% en 2012) reste en deçà des potentialités existantes.
- l'ouverture du marché de l'assurance en Algérie a donné une forte impulsion au processus de développement. Cependant, le niveau du capital des sociétés d'assurance reste faible si on les compare avec leurs homologues dans les pays développés et c'est ce qui constitue un frein pour l'activité d'assurance à l'avenir. La dernière mesure prise dans le sens d'augmentation du capital des sociétés d'assurance reste en deçà des besoins de développement de ce secteur. ⁽¹⁾

5-4-5) les limites et les problèmes de l'activité d'assurance en Algérie

Il existe des facteurs externes et internes :

5-4-5-1) les facteurs externes : nous pouvons énumérer les points suivants :

- **Le niveau de l'activité économique**: l'activité d'assurance liée de près à l'activité économique. Cependant, les taux positifs de croissance affichés ces dernières années sont soutenus par la demande, donc n'influencent pas positivement sur le chiffre d'affaires des assurances.

(1) Décret exécutif n° 09-375 du 16 novembre 2009 modifiant et complétant le décret exécutif n° 95-344 du 30 octobre 1995 relatif au capital minimum des sociétés d'assurance. JO n° 67 du 19 novembre 2009

Le secteur privé n'arrive pas à créer une alternative viable pour une croissance moins dépendante des hydrocarbures. Il investit dans le secteur des biens pour profiter de la demande générée par l'action budgétaire et échapper à la concurrence étrangère.

- **Le facteur religieux**: Ce facteur est fondé sur l'absence d'acceptation de l'idée de l'assurance et de l'esprit qui considère que l'acte d'assurance est prohibé dans la loi islamique. Mais, dans le même temps, nous observons l'absence d'alternative en assurance respectant la loi islamique à l'exemple de l'assurance takaful. ⁽¹⁾
- **Un facteur culturel et idéologique** : système socialiste et le modèle de production adopté par l'Algérie après l'indépendance font que l'individu attend d'être protégé par l'état (gratuité de l'éducation, de soins de logement, sécurité sociale...etc.).
- **La faiblesse du pouvoir d'achat de l'individu**: le pouvoir d'achat de l'algérien ne cesse de se dégrader, laissant peu de part pour la dépense en assurance.
- **Phénomène de thésaurisation** : un phénomène largement répandu au sein de la société algérienne, il prend de nombreuses formes: le stockage dans des lieux autres que les canaux bancaires en devises, achat d'objets de valeur. Plus ce phénomène prend de l'ampleur, plus la proportion des opportunités d'épargne sont limitées.

5-4-5-2) les facteurs internes

Les facteurs internes sont ceux liés à la réglementation et à l'organisation du marché des assurances : nous retrouvons entre autres, la lenteur dans l'indemnisation des sinistrés et le manque de la dynamique commerciale.

5-4-6) les perspectives pour le secteur des assurances en Algérie

Afin de rehausser le secteur des assurances à des niveaux acceptables, il est impératif de se tourner vers les actions qui suivent :

- la maîtrise des coûts et la réalisation des économies d'échelles en diversifiant les produits d'assurance,

(1) Ce type d'assurance (takaful) fonctionnant selon les préceptes de l'islam sera développé dans notre cinquième chapitre.

- développement de nouvelles actions commerciales et du marketing sur le marché,
- la bonne gouvernance des ressources financières,
- améliorer la qualité des services grâce à des techniques de gestion nouvelles,
- mise à niveau du réseau de distribution grâce à l'introduction des intermédiaires d'assurances et le développement de la bancassurance,
- renforcer le capital des institutions d'assurance afin de faire face à toutes les évolutions économiques,
- contribuer aux diverses sociétés internationales dans le but d'acquérir une expertise internationale d'assurance et réaliser des bénéfices considérables,
- s'appuyer sur des méthodes mathématiques pour déterminer la tarification d'assurance afin de faire face à la concurrence,
- nécessité d'établir de bonnes relations avec le client afin de gagner sa confiance,
- faciliter les procédures de règlement des sinistrés et l'application la convention d'indemnisation directe, notamment dans l'assurance automobile afin de gagner la confiance et la fidélité du client.

Conclusion du quatrième chapitre

Vu les changements profonds de l'économie algérienne caractérisée par des taux élevés de chômage et d'inflation, le désendettement et la fin du monopole de l'Etat sur le secteur des assurances et l'arrivée de privé national et étranger sur ce marché. Le retour des compagnies d'assurances françaises ainsi que la venue d'autres compagnies va permettre un transfert de savoir-faire qui encouragera la compétitivité et l'innovation.

Cependant, l'activité du secteur de l'assurance n'a pas connu le développement attendu. L'environnement économiques en générale n'a pas été favorable à même de réaliser ce développement, compte tenu de l'absence d'un tissu de petites et moyennes entreprise productives capables d'exporter vers l'étranger et de contribuer à l'augmentation des chiffres d'affaires en assurances.

Le secteur des assurances en Algérie se caractérise par la dominance du secteur public sur le privé. Cette dominance n'encourage guère la compétitivité et l'innovation.

Aussi, nous observons la dominance des assurances automobiles (obligatoires), et la très faible part des assurances de personnes susceptibles de drainer l'épargne ménagère et de développer la bancassurance.

La mauvaise image de l'assurance et l'absence de culture assurantielle dans le pays, le manque de visibilité et de communication des acteurs agissant dans le secteur, le faible niveau de revenu des ménages ainsi que l'absence de marché financier structuré ne font qu'accentuer cet état de fait.

Il est de devoir de tous les intervenants dans le secteur des assurances (compagnie d'assurance, banques et pouvoir public) de consentir plus d'efforts susceptibles de hisser le niveau de l'assurance en Algérie à ses justes potentialités.

Cinquième chapitre : Analyse et perspectives de la bancassurance en Algérie

Depuis quelques années, l'Algérie tente de reformer le secteur des assurances afin de le promouvoir et de le rehausser à sa juste potentialité.

En dépit des efforts de redressement économiques consentis, la couverture de l'économie nationale en termes d'assurances demeure la plus faible à l'échelle régionale. Le secteur des assurances représente moins de 1% du PIB (0.66% en 2012).

C'est justement dans la perspective de contribuer d'une manière plus efficace au développement de l'assurance que les pouvoirs publics ont entamé une série de réformes depuis 2006 tant sur le plan législatif, en permettant aux banques de distribuer des produits d'assurance que sur le plan structurel, en ordonnant aux compagnies d'assurance de séparer l'activité d'assurances dommages de celles de personnes, cette séparation devient obligatoire depuis 01 juillet 2011.

Développer les assurances, augmenter la rentabilité et fidéliser le client en lui offrant une gamme complète de produits bancaires et d'assurance, tels sont les objectifs de la bancassurance tracés, respectivement, par les pouvoirs publics et par les banques et les sociétés d'assurances.

Afin d'analyser les perspectives de développement possibles de la bancassurance en Algérie, ainsi que ses limites, nous allons scinder notre chapitre en cinq sections. La première section sera consacrée à la réglementation régissant la bancassurance en Algérie. Quant à la seconde, une étude des modèles et stratégies de bancassurance adoptées par les banques algériennes y sera élaborée. Dans la troisième section, nous tenterons d'évaluer l'expérience de bancassurance en Algérie à travers les différentes compagnies d'assurance et banques. La quatrième section décèlera les enjeux de la bancassurance en Algérie pour les banques, pour les compagnies d'assurance, pour le client et pour l'environnement macroéconomique. Dans la cinquième section, nous intéresserons aux perspectives d'avenir de la bancassurance en Algérie.

Pour ce faire, nous allons analyser les réponses fournies lors de nos différents entretiens qui nous ont été accordés par quelques responsables de la

bancassurance au niveau des banques et compagnies d'assurance, notamment la banque nationale d'Algérie (BNA), la caisse nationale d'épargne et de prévoyance (CNEP-BANK), la banque de l'agriculture et du développement rural (BADR), la filiale de BNP paribas-Algérie (CARDIF- EL DJAZAIR), l'union des assureurs et réassureurs (UAR), la banque extérieure d'Algérie (BEA), MACIR vie (filiale de compagnie internationale d'assurance et de réassurance (CIAR) et la sous-direction des assurances au ministère des finances.

En ce qui concerne l'opinion des clients et des intermédiaires en assurance, nous allons opter pour deux sondages, l'un destiné à la clientèle des banques, l'autre aux courtiers d'assurances

Section 01 : La réglementation régissant la bancassurance en Algérie

1-1) Les textes de lois, décrets et arrêtés

Conscient de l'irréversibilité de la progression de la bancassurance dans le monde, le législateur algérien, a promulgué la Loi 06-04 du 20 février 2006. Cette dernière vient conforter l'édifice législatif, avec une approche tendant à une prise en charge plus professionnelle des activités d'assurances en y introduisant de nouveaux instruments de régulation, d'organisation et de contrôle, faisant ainsi, de la sauvegarde des intérêts des clients et donc d'une meilleure couverture de l'économie nationale. Plusieurs textes exécutifs se sont suivis pour encadrer cette nouvelle activité, notamment :

- Le décret exécutif n°07-153 du 22 mai 2007 fixant les modalités et conditions de distribution des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution.
- l'arrêté du 20 février 2008 (art.2), concernant le taux maximum de participation d'une banque ou d'un établissement financier dans le capital social d'une société d'assurance et/ou de réassurance est fixé à quinze pour cent (15%) du capital social de la société d'assurance et/ou de réassurance.
- Le décret exécutif N° 07-153, dans ses articles 5, 6 et 7 portant, respectivement : la convention de distribution-type des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés, ainsi que les modalités pratiques de mise en œuvre du stage et la formation adaptée des agents souscripteurs d'assurance employés par les organismes visés plus haut. A ce sujet, les modalités pratiques

de mise en œuvre du stage suscité sont prédéfinies par l'annexe N°06 de la convention, à savoir : Organisme formateur, lieu de la formation, durée de la formation théorique.

1-2) Conditions et dispositions de la bancassurance

Les sociétés d'assurance peuvent distribuer les produits d'assurance par l'entremise des banques et des établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution, conformément à l'article 252 de l'ordonnance N°95-07 modifiée et complétée par la loi N°06-04 du 20 février 2006 sur les assurances.

1-2-1) La convention ⁽¹⁾

Les sociétés d'assurance agréées peuvent présenter, sur la base d'une ou de plusieurs conventions de distribution, des opérations d'assurance par l'intermédiaire des banques ou des établissements financiers et assimilés.

La société d'assurance doit soumettre, à la commission de supervision des assurances, toute convention de distribution conclue entre elle et l'un des organismes financiers et assimilés conformément à l'article 228 de l'ordonnance N°95-07 modifiée et complétée par la loi 06-04 et par d'autres textes réglementaires.

La convention de distribution-type régissant la relation entre la société d'assurance et la banque ou l'établissement financier est établie par l'association des assureurs. (art.3 du décret exécutif 07-153). Toute modification afférente aux dispositions de la convention et toute résiliation doit être soumise et portée à la commission de supervision des assurances conformément à l'article 209 de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée et au décret d'application N° 07-153 (art.7, 8 et 9).

La distribution des produits d'assurance est réalisée par les banques et les organismes financiers et assimilés, qui agissent en qualité de mandataires des sociétés d'assurance. art.4 du décret exécutif 07-153.

La convention doit mentionner selon l'art.5 du décret exécutif 07-153 :

- la liste des agences (mandataires) ou tout point de vente de la banque ou de l'établissement financier habilité à souscrire et à distribuer les contrats d'assurance,

(1) Voir la convention type en annexe N°04.

- la liste des produits d'assurance, objet de la convention,
- la commission de distribution et les modalités de rémunération du mandataire,
- les informations à communiquer à la société d'assurance mandante,
- les pouvoirs de souscription,
- l'agence mandataire ou tout point de vente est autorisé à distribuer les produits d'assurance, dans la même circonscription que leur activité,
- les modalités pratiques de mise en œuvre du stage (prévues à l'article 6 du décret exécutif 07-153),
- la juridiction compétente statuant en matière de litiges,
- les pouvoirs en matière d'encaissement de primes, de délai de transfert des primes à l'assureur, de gestion et de règlement des sinistres.

1-2-2) Les différentes dispositions

Les dispositions apportées par le décret exécutif N°07-153 du 22 mai 2007, art.2, 3 et 4 :

1-2-2-1) Les produits d'assurance

L'article 2 du décret supra prévoit que les produits d'assurance qui peuvent être distribués par les banques, établissements financiers et assimilés sont ceux relatifs:

- aux branches d'assurance de personnes : accidents, maladie, assistance, vie décès, capitalisation,
- à l'assurance-crédit,
- à l'assurance des risques simples d'habitation,
- multirisques habitation,
- assurance obligatoire des risques catastrophiques,
- aux risques agricoles.

1-2-2-2) La rémunération des organismes

Dans son article 3, le décret N°07-153 stipule que les banques, les établissements financiers et assimilés, bénéficient, dans le cadre de la distribution des produits d'assurances d'une rémunération sous forme d'une commission de distribution calculée en pourcentage sur le montant de la prime encaissée nette de droit et taxes.

Au niveau des différentes banques avec lesquelles nous avons réalisé des entretiens, la rémunération ne contient pas de parties variables. Ce qui ne motive guère le personnel s'occupant de la bancassurance.

1-2-2-3) Les niveaux maximum de la commission de distribution

Les commissions de distribution des produits d'assurances par les banques sont plafonnées suivant le type de produit (article 4 du décret).

Tableau N°10 : Niveaux maximum de commissionnement par produit

Famille de Risques	Branche ou S/Branche	Taux Maximums Commissions
Assurances de Personnes	Accidents Maladie Assistance Vie-Décès	15%
	Capitalisation	40% de la 1ère prime et 10% des primes annuelles suivantes durant toute la durée du contrat
Assurance-Crédit	Assurance-Crédit	10%
Assurances des Risques Simples d'Habitation Multirisques Habitation	Incendie des risques simples Dégâts des eaux Bris de glaces Vol Responsabilité Civile Générale	32%
Assurances obligatoires des Risques Catastrophiques	Tremblements de terre Inondations et coulées de boue Tempêtes et vents violents Mouvements de terrain	5%
Assurances Risques Agricoles	Grêle Gelée Sécheresse Mortalité du bétail Mortalité des volailles et assimilées Mortalité des abeilles Mortalité des autres animaux Autres dommages agricoles	10%

Source : article N°4 du décret exécutif 07-153.

Ce plafonnement de commission n'encouragera pas la concurrence entre différentes banques intervenantes dans la bancassurance.

1-3) Le contrôle relatif à la distribution de l'assurance par les banques

Les banques, lorsqu'elles distribuent de l'assurance, le font en qualité d'intermédiaire. Elles sont donc contrôlées comme les autres intermédiaires. Par contre, une compagnie d'assurance ou une mutuelle est susceptible d'être contrôlée à deux niveaux :

- un contrôle prudentiel en tant qu'organisme d'assurance, de façon à vérifier que les normes de prudence et de solvabilité sont respectées.
- un contrôle des conditions de commercialisation, lorsqu'elle distribue directement des produits d'assurance, sans avoir recours à un intermédiaire.

Section 02 : modèles et stratégies de développement de la bancassurance en Algérie

Le choix d'une stratégie de bancassurance répond à deux logiques différentes : se limiter à la seule distribution des produits ou aller jusqu'à la prise de contrôle d'un établissement du secteur complémentaire par croissance interne ou externe.

2-1) Le modèle retenu par les bancassureurs algériens

C'est un modèle classique qui vise en priorité à dégager des synergies au niveau de l'exploitation. Il se fonde sur des coopérations entre une banque et une assurance qui se concrétise soit par des accords de distribution soit par des prises de participation minoritaire. Cette forme de coopération qui vise essentiellement à atteindre des objectifs commerciaux par une utilisation plus rationnelle des fonds propres et des réseaux de distribution denses des établissements bancaires.

La quasi-majorité des partenariats se sont concrétisés soit par des signatures de conventions de commercialisation (accords de distribution), soit par la création d'une entreprise commune (joint -venture).

Aujourd'hui, avec l'entrée en vigueur des dispositions de la nouvelle loi de 2006, les bancassureurs sont appelés à évoluer rapidement vers un modèle beaucoup plus sophistiqué. Un modèle qui prendra la forme, à l'instar de ce qui

se pratique au sein des systèmes financiers développés, d'un ensemble de prestations destinées à satisfaire tous les besoins financiers du client, tout au long de sa vie. Ces services concernent aussi bien l'assurance et la retraite que les placements financiers.

Les banques algériennes, optent pour une organisation décentralisée pour l'animation commerciale. La fonction est dédiée soit à la structure marketing ou au réseau d'exploitation ou carrément sur les lieux de vente (dans les agences).

Les bancassureurs algériens axent leur stratégie sur des opérations de marketing direct, des promotions, actions publicitaires, segmentation de la clientèle et une tarification adoptée à l'âge du client.

2-2) La Formation

Une formation adaptée des agents souscripteurs d'assurance employés par les banques et organismes financiers contractants une convention avec des compagnies d'assurance est assurée par ces dernières. Ces modalités pratiques on les retrouve dans l'art.6 du décret exécutif 07-153.

Les agents souscripteurs d'assurance employés par ces organismes doivent être titulaires d'un diplôme universitaire.

La société d'assurance doit dispenser un stage d'au moins quatre-vingt-seize (96) heures effectives portant sur les opérations d'assurance à distribuer et sanctionné par une attestation.

En fin de stage, une carte professionnelle sera délivrée aux agents souscripteurs par l'association des assureurs avec mention des produits d'assurance pour lesquels ils sont habilités à souscrire.

En vertu des conventions signées par les banques et les compagnies d'assurance, la formation de base des banquiers en assurance est prise en charge par les compagnies d'assurance.

Le banquier retenu pour suivre une formation assurée par une compagnie d'assurance travaillera au profit de la banque et bénéficiera d'une plus grande mobilité. A ce sujet, nous avons constaté que la plus part des agents souscripteurs changent d'employeurs pour une meilleure motivation et une importante rémunération.

Un autre problème que nous avons soulevé, lors de nos différents entretiens avec les responsables de bancassurance, réside dans le fait de former un seul banquier dont une bonne partie des femmes, qu'on trouve des difficultés pour les remplacer dans la période des congés annuels ou autres congés et mise en disponibilité.

2-3) L'émergence et développement de la bancassurance en Algérie

En Algérie, le secteur de l'assurance est encore à ses commencements et le pays souffre du plus faible taux de couverture au monde, et ce pour des raisons que nous allons développer dans la dernière section de présent chapitre.

En effet, avec un taux de pénétration du secteur en-dessous de 1% par rapport au PIB, celui-ci offre un très important potentiel de développement où beaucoup de parts de marché sont à conquérir tant sur les assurances de personnes que sur les assurances dommages.

Les autorités financières algériennes semblent, depuis quelques années, parvenues à la conclusion que le développement du secteur des assurances ne peut pas être confié aux seules compagnies d'assurance nationales publiques ou privées.

Une démarche a été mise en œuvre depuis quelques années qui vise à développer en priorité l'activité quasiment vierge en Algérie des assurances de personnes en faisant appel à la contribution des banques publiques et au partenariat international.

En Algérie comme dans d'autres pays voisins du même niveau de développement, le concept bancassurance, bien qu'il commence à avoir des perspectives d'évolution est encore dans sa phase embryonnaire.

Le législateur algérien a intégré la bancassurance dans la loi N°06- 04 du 26 février 2006.

Dès lors, toutes les banques, établissements financiers et assimilés publics soient ils ou privés exerçant sur le marché algérien sont autorisés à commercialiser des produits d'assurance. Il s'agit de plusieurs produits relatifs à l'assurance de personnes, l'assurance-crédit, l'assurance risque d'habitation et risques agricoles.

En vertu de cette loi, l'Algérie s'ouvre à la bancassurance avec l'annonce d'accords entre banques et compagnies d'assurances pour la vente de produits d'assurance par l'entremise des banques. C'est ainsi, qu'aujourd'hui, les banques multiplient les contacts avec les compagnies d'assurances afin de mettre en œuvre cette pratique.

De multiples accords de partenariats stratégiques entre les acteurs du marché ont été signés quelques mois seulement après l'adoption et la présentation de la convention type de distribution, dernière formalité requise avant la mise en pratique des activités de bancassurance. ⁽¹⁾

Nous tenterons ci-après d'évoquer les expériences des uns et d'autres, chacun à sa stratégie pour se lancer dans la bancassurance.

Il s'agit, des contrats passés entre la société algérienne d'assurance(SAA) et la banque algérienne de développement rural(BADR), entre la compagnie algérienne d'assurances et de réassurance (CAAR) et le crédit populaire algérien(CPA), entre la caisse nationale d'épargne et de prévoyance (CNEP-BANQUE) et la compagnie d'assurance CARDIF EL-DJAZAÏR (filiale de BNP Paribas Algérie) ⁽²⁾.

Aussi, nous avons connu la signature de conventions entre la Société algérienne d'assurance(SAA) et la banque de développement local(BDL), entre la compagnie algérienne d'assurances et de réassurance (CAAR) et la banque extérieure d'Algérie(BEA),

D'autres contrats ont été noués entre la compagnie algérienne d'assurances et de réassurance (CAAR) et la banque nationale d'Algérie(BNA), entre la compagnie algérienne d'assurances de transports (CAAT) et la banque extérieure d'Algérie(BEA).

La Banque Extérieure d'Algérie s'est associée avec la société française AXA en mettant à sa disposition quelques agences qui ont été créées après 2008, car toutes les autres agences ont été dédiées soit pour la CAAR, soit pour la CAAT dans le cadre des conventions avec des clauses d'exclusivité. ⁽³⁾

(1) Entretien avec le directeur de l'UAR en date du 08 décembre 2010.

(2) Entretien avec le responsable de la CARDIF –Algérie en date du 06/01/2011.

(3) Entretien avec le responsable de la bancassurance à la BEA en date du 03/05/2012.

La compagnie internationale d'assurance et de réassurance (CIAR), par le biais de sa filiale spécialisée en assurance-vie, (MACIR) commercialise des produits d'assurance, notamment ceux liés au crédit immobilier et crédit à l'exploitation, en utilisant le réseau de Natixix Banque. ⁽¹⁾

Le marché a connu aussi, la création en 2010 d'une société commune en l'occurrence la société d'assurance, de prévoyance et de santé (SAPS) en partenariat entre le groupe français MACIF, la SAA, la BDL et la BADR. ⁽²⁾

Quant aux produits d'assurance pour lesquels des conventions de partenariat ont été signées entre les partenaires, nous les énumérons ci-après.

La distribution de produits d'assurance par la CNEP BANQUE en partenariat avec CARDIF EL DJAZAIR. Portera d'abord sur l'assurance des emprunteurs de la CNEP (vie et invalidité, incapacité de travail et chômage). Puis, elle sera étendue aux produits de prévoyance et d'épargne comme l'assurance décès, l'assurance de protection des comptes, produits d'assurance dommages liés aux crédits hypothécaires qui concernent l'assurance catastrophes naturelles et l'assurance multirisques habitation. ⁽³⁾

Le choix opéré dans ce partenariat s'est concrétisé par le lancement en janvier 2009 de l'assurance des emprunteurs (ADE) et de "CNEP TOTALE PREVOYANCE" en juillet 2009. ⁽⁴⁾

BNP Paribas lance sur le marché de la bancassurance algérienne, deux offres spécifiques bien adaptées et accessibles, « Protection Optimale » pour les particuliers et « Protection Pro » destinée aux professionnels. ⁽⁵⁾

BNP Paribas, à travers sa filiale spécialisée CARDIF, propose plusieurs produits d'assurances en Algérie et la CNEP-BANQUE, qui opère également avec CARDIF, occupe aujourd'hui une place de leader dans l'assurance des emprunteurs immobiliers.

(1) Entretien avec le responsable des assurances-vie à la MACIR en date du 28/02/2013.

(2) www.algerie-focus.com, dernière visite : 02/05/2012.

(3) Entretien avec le responsable de la CARDIF –Algérie en date du 06/01/2011.

(4) Entretien avec le responsable de la bancassurance à la CNEP-Bank en date du 26/12/2010.

(5) www.bnpparibas.dz, dernière visite : 05/05/2012.

La banque de l'agriculture et du développement rural (BADR) opte pour les produits d'assurance de risques agricoles ayant trait à l'incendie des récoltes, la grêle et les multirisques des serres, jeunes plantations ainsi que les différents types d'élevage. Les assurances de personnes et de risques habitation sont également prévues dans l'offre de bancassurance proposée par la BADR. ⁽¹⁾

La BADR compte lancer de nouveaux produits en matière d'assurance, il s'agit de l'assurance multirisque relative aux semences et à la production de pomme de terre, à la viticulture, à la production des olives et à l'olivier.

Le partenariat CPA/CAAR, bute sur la commercialisation, dans une première étape, des polices d'assurance « multirisque habitation », « catastrophes naturelles », « temporaire décès » et « crédits ». Cette gamme de produits sera par ailleurs élargie, dans une seconde étape, avec la commercialisation des assurances « voyage à l'étranger », « groupe » et « individuelle accident ». ⁽²⁾

La BNA s'est engagée à distribuer des produits d'assurance de la CAAT et de la SAA qui concernent les particuliers, tels que l'assurance décès, l'assurance individuelle accidents, l'assurance voyage et assistance, ainsi que l'assurance obligatoire des effets des catastrophes naturelles «CAT NAT». ⁽³⁾

La MACIR propose trois produits liés aux crédits à savoir : ⁽⁴⁾ assurance groupe emprunteur, assurance-crédit d'exploitation et assurance accident corporal.

Section 03 : Evaluation de l'expérience de bancassurance en Algérie

Il n'est peut-être pas le moment de juger la réussite ou non de l'expérience algérienne en matière de bancassurance. Mais il est d'ores et déjà temps d'évaluer ce qui est fait et de rectifier les lacunes qui peuvent contraindre le développement de cette pratique notamment sur le plan législatif, stratégique et commerciale.

(1) Entretien avec le responsable de la bancassurance à la BADR en date du 25/04/2012.

(2) <http://www.caar.com.dz>, dernière visite : 20/04/2012.

(3) Entretien avec le responsable de la bancassurance à la BNA en date du 25/04/2012.

(4) Entretien avec le responsable des assurances-vie à la MACIR en date du 28/02/2013.

3-1) Objectifs de la bancassurance en Algérie

Les entretiens que nous avons eu avec les responsables de bancassurance cité dans l'introduction de ce présent chapitre, nous ont permis de dresser un tableau sur les objectifs et l'impact de la bancassurance.

En effet, ces responsables sont unanimes à affirmer que la bancassurance a contribué à la fois à renforcer la relation client et de mieux le fidéliser, à augmenter la rentabilité de la banque en bénéficiant de l'économie d'échelles et à développer les assurances notamment les assurances de personnes.

Les banques ont commencé à commercialiser les produits d'assurance sans avoir à augmenter les charges fixes (le seul investissement, en l'occurrence la formation des banquiers pour la vente de l'assurance est pris en charge par le partenaire assureur).

D'autres objectifs attendus par les acteurs de la bancassurance en Algérie se résument en les points suivants :

- renforcer la sécurité financière des compagnies d'assurance,
- intensifier les services de réseaux de distribution et d'améliorer la couverture du marché de l'assurance dans les domaines du logement, des risques agricoles, l'assurance automobile et l'assurance incendie et risques divers,
- stimuler l'activité grâce à la diversification des produits d'assurance,
- répondre aux exigences des clients et assurer une plus grande protection pour ces derniers et une plus grande transparence dans la gestion des sinistres,
- accélérer le processus de libéralisation du marché aux compagnies d'assurance étrangères,
- soutenir la bonne gouvernance des sociétés d'assurance publiques par l'adoption du concept record management. ⁽¹⁾

3-2) Les produits

Le décret exécutif de mai 2007, notamment dans son article 02, énumère les produits d'assurance que la société d'assurance peut distribuer par le biais de la banque ou d'organisme financier et assimilés. La liste exhaustive de ces produits est transcrite dans le tableau N°10 plus haut.

(1) Le records management tel que définie par la norme ISO 15489-1 2002, est un champ de l'organisation et de la gestion en charge de la création, de la réception, de la gestion, de la conservation, de l'utilisation et du sort final des documents quels que soient leur forme ou leur support, créé ou reçus dans l'exercice d'une activité. Cette gestion permet la sauvegarde, la fixation et la préservation des informations jugées essentielles ou sensibles pour le maintien ou la reprise des activités d'un organisme.

Sur la liste des produits autorisés, ceux qui sont commercialisé par les bancassureurs algériens se limitent à:

- l'assurance crédit emprunteurs sous formes individuelle ou collective,
- l'assurance vie et décès,
- assurance dommage aux biens,
- assurance multirisques-habitation,
- assurance dommages corporels,

Cependant, pour réussir, les bancassureurs algériens devraient proposer des produits caractérisés par :

- Les produits d'assurance qui devraient être assez simples pour s'adapter au réseau bancaire qui signifie être synchronisé avec la procédure de vente de la banque,
- la bancassurance est la répartition logique des produits d'assurance afin qu'ils soient uniformes et parfois sous la forme d'une gamme avec des produits bancaires. Ceci est essentiel au début, ainsi comme il se doit être compris par le grand public, et met l'accent sur la couverture de leurs besoins les plus courants.
- La bancassurance doit offrir au début des produits d'assurance-vie pour plusieurs raisons :
 - la complémentarité de l'assurance vie et des produits bancaires,
 - le personnel de la banque s'adaptent rapidement à vendre des produits d'assurance vie et d'épargne ou de retraite.
- En phase de maturité, les banques passent à d'autres types de produits. Cette catégorie de produits se caractérise par la facilité de vente, ces produits sont généralement complémentaires, par exemple: comptes bancaires liées aux cartes de crédit ou d'assurance sont mis en service automatiquement. La prime d'assurance est payée, parfois, par la banque elle-même (Pour encourager les clients à ouvrir un compte ou se procurer des cartes de crédit).
- Quant aux produits d'assurances liées à l'industrie et ceux liés à l'automobile, il est impératif de les confier aux agents généraux et courtiers en raison de la complexité de l'expertise, de l'importance de sinistralité et de la lourde mission de gestion des sinistres. ⁽¹⁾

(1) Entretien avec le responsable des assurances-vie à la MACIR en date du 28/02/2013.

En 2010, une autre formule de bancassurance a été introduite dans notre pays pour répondre aux attentes des clients qui recherchent des produits de bancassurance conformes à la charia. Il s'agit en fait du service «bancatakaful» issu d'un partenariat établi entre Al Baraka Bank Algérie et Salama Assurances. Cette nouvelle offre permettra certes de développer encore de nouvelles perspectives entre les banques islamiques et les opérateurs «takaful» (système financier adopté de la charia islamique).⁽¹⁾

Il y a lieu de signaler que jusque-là, les produits de bancassurance en Algérie, se limitent aux assurances obligatoires, ils sont soit liés aux crédits exigés par les banques soit des assurances obligatoires exigés par les pouvoirs publics telle que la CAT-NAT (catastrophes naturelles)...

Nous trouvons rarement des souscriptions volontaires aux assurances de personnes, tels que les produits de capitalisation. Pour remédier à cette situation, il est de rôle des sociétés d'assurance, banques et pouvoirs publics d'intensifier les campagnes de sensibilisation des consommateurs afin de faire connaître ces produits et de mettre en exergue l'utilité de ce type d'assurances.

3-3) Nature de la concurrence du marché de la bancassurance en Algérie

Plusieurs accords de partenariats ont été signés en un laps du temps. Mais les effets de ces accords ne sont pas encore très visibles au niveau des banques.

L'approche de bancassurance vise, selon les assureurs, une meilleure adaptation aux besoins de la clientèle bancaire et un développement des produits d'épargne par les spécialistes des produits financiers.

Pour les banquiers, la vente de contrats d'assurance leur permet de fidéliser ou de conserver le client. Dans la majorité des cas et après avoir octroyé un emprunt ou un crédit à son client, le banquier profite de l'occasion et lui présente un produit d'assurance. Cette pratique permet au banquier de réduire au maximum le risque de volatilité de sa clientèle.

Le banquier arrive à vendre le produit d'assurance moins cher que l'assureur, d'où une perte de compétitivité chez les compagnies d'assurance. Cependant, les banquiers n'ont pas la capacité de gérer certains produits d'assurance en raison de leur complexité.

(1) Benkhada elias «bancatakaful, une première en Algérie», forum algérien de la finance islamique, troisième édition, Alger le 8 et 9 novembre 2010.

Les banquiers ont une possibilité plus large de communication avec les clients. Les assureurs n'ont pas une très bonne image chez leurs clients. C'est une question de culture et de confiance.

Pour les assureurs, les produits commercialisés par les banquiers sont limités et n'ont pas dépassé le caractère obligatoire. De ce fait, ils n'ont pas favorisé le développement de l'épargne longue qui est le but recherché par la promulgation de la loi sur la bancassurance.

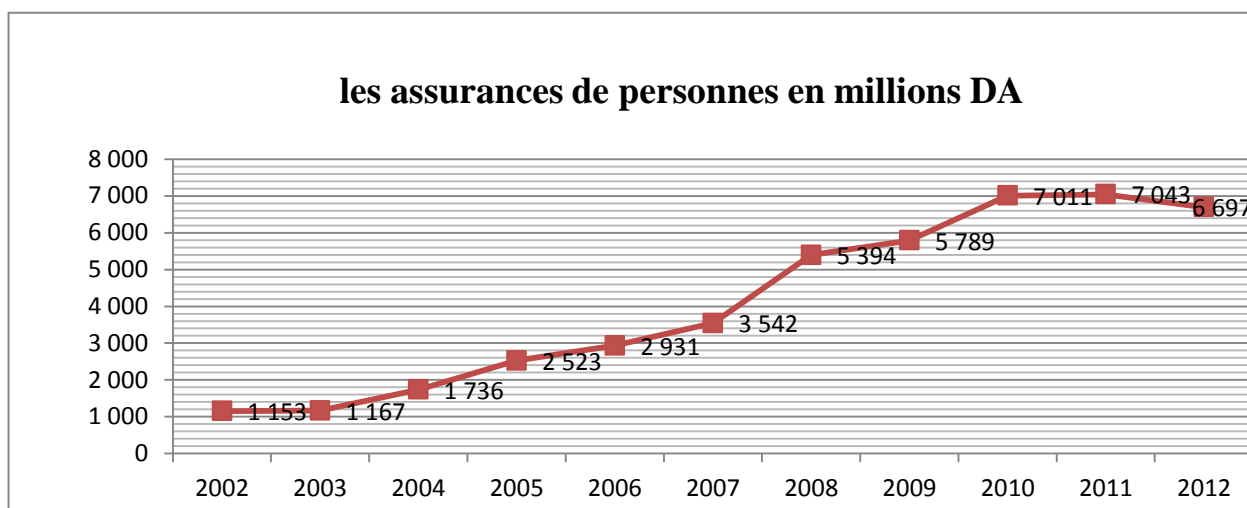
Néanmoins, la bancassurance tarde à envoler en Algérie et des conflits d'intérêt entre compagnies d'assurance et banquiers peuvent surgir.

En effet, certains craignent une concurrence entre les deux parties, alors que d'autres affirment la prédominance d'une relation de complémentarité. De fait, que les banquiers sont des actionnaires chez les assurances et vice versa. La banque ajoute un plus avec partage de commissions, mais chacun trouve son compte.

3-4) L'impact de la bancassurance sur les assurances de personnes

3-4-1) Evolution des assurances de personnes entre 2002 et 2012

Figure N°06 : Les assurances de personnes 2002 - 2012



Source : les rapports d'activité d'assurance : 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009 (ministère des finances) et notes de conjoncture 2010, 2011, et 2012 (CNA).

Les assurances de personnes ont connu une progression continue tout au long de la période 2002-2011 comme le témoigne le graphe supra.

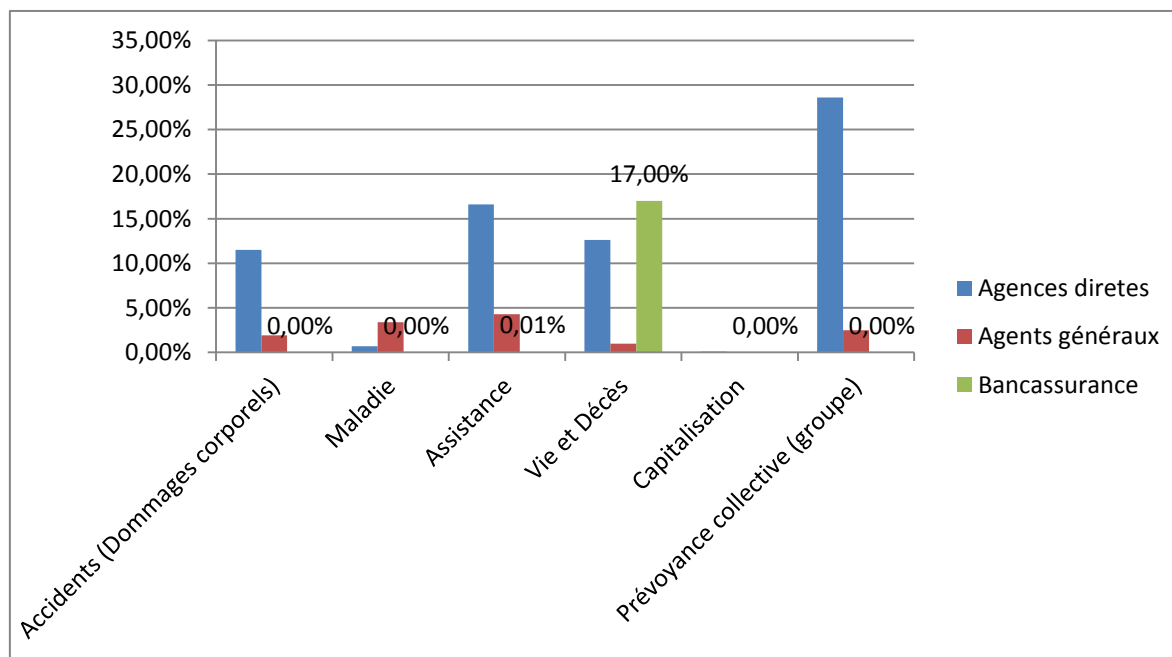
Néanmoins, la légère régression observée pendant l'année 2012 pourrait être expliquée par le fait qu'en 2012, le chiffre d'affaire était généré par six compagnies spécialisées en assurances de personnes, entrées en activité à partir du 01/07/2011 contre 12 compagnies avant cette date. D'autre part, il s'agit là d'une phase de démarrage, entamée avec la date de l'entrée en vigueur de la filialisation.

En termes du volume, la proportion de l'assurance vie reste très maigre (un chiffre d'affaires de 6.697millions DA en 2012 soit 6,8%), son rôle demeure encore faible dans la mobilisation de l'épargne.

Plusieurs facteurs se conjuguent pour freiner le développement de l'assurance vie en Algérie à savoir : le faible pouvoir d'achat des algériens, l'absence de la culture assurantielle et le facteur religieux (une partie de la population considère que l'assurance est une opération illicite de point de vue de la religion).

3-4-2) Production des assurances de personnes par réseau de distribution

Figure N°07 : Production des AP par réseau de distribution au 31/12/2012



Source : établi à partir de la note de conjoncture du marché des assurances au 31/12/2012(CNA)

Nous observons que la part de 17% semble prometteuse pour un début de la bancassurance, cependant, ce taux est représenté par les contrats vie et décès souscrits à l'occasion du crédit, la proportion des autres types de contrats (accidents, maladie assistance, capitalisation et prévoyance collective) est insignifiante.

La grande partie de la bancassurance (95%) est réalisée par la filiale de BNP paris bas (CARDIF–Algérie), le reste est généré par CAARAMA, SAPS et AXA VIE. ⁽¹⁾

Le concept de bancassurance, a été introduit, dans un but de booster le marché des assurances de personnes, en diversifiant le réseau de distribution surtout que les banques bénéficient d'une fréquence de contact plus élevée avec les clients et d'une meilleure connaissance de leur situation patrimoniale.

Cependant, pour certaines banques, la bancassurance n'a pas donné les résultats attendus, son adoption n'est pas venue de libre choix des partenaires mais sur injonction des pouvoirs publics. Résultats, le partenaire banque n'as pas prêté l'intérêt voulu pour lancer cette nouvelle activité, aucune étude de faisabilité de ce nouveau produit n'a été faite, aucune étude de consommateur n'a été réalisée, l'absence de comptabilité analytique par activité complique davantage l'analyse de la rentabilité marginale de l'activité bancassurance.

Bien, qu'étant à un état embryonnaire de son évolution, la bancassurance concrétisée par le bais des partenariats entre compagnies nationales et étrangères s'annoncent plus intéressants (à l'exemple de CARDIF Algérie et la CNEP-Banque), car le réseau de distribution est déjà sur place et le transfert technologique est assuré. Le management étant octroyé au partenaire étranger, il va sans aucun doute agir positivement sur le plan de la formation, de la ressource humaine et apporter un plus en matière de marketing, ainsi qu'un apport en capitaux.

Le partenariat avec les compagnies étrangères dans le domaine de bancassurance permettra d'élever le niveau de concurrence et de compétitivité des sociétés d'assurances, ainsi que la qualité des services.

Section 04 : Les Enjeux de la bancassurance en Algérie

Les banques, les compagnies d'assurance et les institutions financières se retrouvent dans le besoin l'un de l'autre pour compléter leur cadre de développement. La bancassurance, ce partenariat permet à la fois de tirer des avantages pour chacun des acteurs (banque, compagnie d'assurance, client et l'environnement macroéconomie). Comme, il existe des limites pour chacun de ces mêmes acteurs.

(1) Note de conjoncture du marché des assurances, 4^{ème} trimestre 2012, CNA, p10.

4-1) Les contraintes de la bancassurance

Le développement de la bancassurance souffre de plusieurs contraintes dont les unes sont liées à la réglementation bancaire et les autres à réglementation assurances.

4-1-1) Les contraintes liées à la réglementation bancaire

Du côté de la réglementation bancaire algérienne, deux contraintes majeures sont à considérer, il s'agit de l'obligation au secret professionnel et de l'absence du caractère accessoire que doit avoir, comme première étape, la bancassurance par rapport à l'activité principale de la banque.

4-1-1-1) L'obligation au secret bancaire

Au même titre que de nombreuses activités, le banquier algérien, comme par ailleurs, est tenu au secret professionnel, ce principe est encadré par l'article 117 de l'ordonnance 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit. A priori, la pratique de la bancassurance repose sur la communication d'information relative aux clients de la banque à la compagnie d'assurance dans le cadre de la recherche des synergies entre les deux partenaires.

Or cette pratique semble incompatible avec la notion secrète bancaire. Il existe donc ici une contrainte juridique importante pesant sur le développement de la bancassurance puisque le manquement au secret professionnel est sanctionné pénalement (article 301 du code pénal algérien). La responsabilité du banquier étant engagée du point de vue pénal ; il est évidemment indispensable de ne divulguer aucun élément de nature à enfreindre l'obligation de discrétion professionnelle.

4-1-1-2) La notion d'opérations accessoires

Aux termes de l'article 72 de l'Ordonnance N°03-11 du 26 août 2003 modifiée, relative à la monnaie et au crédit encadrant les opérations connexes ne prévoient pas l'opération d'assurance, il est impératif aujourd'hui de revoir cet aspect afin de permettre à la banque de se lancer réellement dans la bancassurance.

4-1-2) Les contraintes liées à la réglementation des assurances

Les commissions à encaisser par les bancassureurs étant plafonnés par la réglementation. ⁽¹⁾

Par ailleurs, il est interdit d'encaisser un montant de prime supérieur à celui fixé par la compagnie d'assurances (la banque étant un intermédiaire). Ceci ne joue pas en faveur du développement de la bancassurance.

Toutefois, nous pensons que ces différentes contraintes ne feront que retarder le développement de la bancassurance. Mais, elles ne l'empêcheront pas de continuer à se développer. Cette conviction nous la tirons des enjeux que représente la bancassurance pour ses différents acteurs.

4-2) Les enjeux de la bancassurance pour la banque

Les avantages tirés par les banques dépendent de degré du succès de la bancassurance, de la formation efficace du personnel et de modèle de distribution choisi.

Pour la plupart des responsables des banques avec lesquels nous avons eu des entretiens, la bancassurance est un choix stratégique et un partenariat gagnant/gagnant. Néanmoins pour certains responsables du secteur public, la bancassurance est une injonction des pouvoir publique à laquelle il faut répondre, notamment en ce qui concerne les banques et les compagnies d'assurance publiques.

Les enjeux que présente la bancassurance pour la banque s'étalent sur deux niveaux :

4-2-1) Enjeux marketing et commerciaux

Depuis les années 90, les banques algériennes sont confrontées à des défis de plus en plus nombreux à savoir : la désintermédiation, ouverture du marché à la concurrence, accroissement des coûts d'exploitation, baisse des taux d'intérêts. Ajouter à cela, l'absence d'une dynamique au niveau du marché financier, la corruption et le blanchiment d'argent, les nouveaux besoins de l'activité économique et la fréquence des crises financières.

(1) Voir le tableau N°10.

Face à toutes ces contraintes, les banques ne peuvent que chercher une alternative. Une des solutions possibles pour une banque est l'élargissement de ses activités aux produits d'assurance.

En effet, la proximité des activités de conseil financier des banques et des produits d'assurance vie et l'existence d'un réseau de distribution intense motiveront les banques à s'implanter dans le secteur des assurances.

La bancassurance permettra l'échange des informations entre la banque et la compagnie d'assurance. La bancassurance est un vecteur de fidélisation de la clientèle en diversifiant la gamme de services d'une part et limitant les risques inhérents aux produits bancaires d'autre part.

Les banques peuvent offrir des produits d'assurance proches de leur métier, tels que les assurances des prêts immobiliers et la garantie de la carte de crédit.

4-2-2) Enjeux économiques et financiers

Aujourd'hui, les banques algériennes sont confrontées à la problématique de la rentabilité du réseau. Au-delà des efforts de reconversions du personnel, des tâches administratives vers des fonctions de commercialisation et de conseil, elles ont été incitées à rechercher des sources de diversification dans le développement d'activités financières proches ou complémentaires de leur activité bancaire traditionnelle.

Dans cette optique, proposer aux clients une gamme intégrée de produits financiers, à la fois bancaires et d'assurance est particulièrement une option attrayante pour les banques, car la rentabilité est élevée pour un investissement en capital relativement faible.

La bancassurance permettra à la banque de tirer des économies d'échelle à travers la bancassurance et des économies de gamme à travers, notamment : l'utilisation de canaux de distribution existants pour écouler des produits et des services complémentaires.

En effet, la banque, en distribuant des produits d'assurances obtient de nouveaux revenus, elle recevait un pourcentage de primes. Cette commission peut aller jusqu'à 40% de la prime nette et si l'on imagine l'ampleur des primes encaissées par la banque, nous nous trouvons en face des revenus énormes.

Cependant, plusieurs banques trouvent des difficultés pour se lancer dans la bancassurance en raison notamment de : savoir-faire particulier, des règles de commercialité différentes, deux approches de risque différentes, obligation au secret professionnel.

D'autres banques ont opté à des partenariats avec plus d'une compagnie d'assurance, à l'exemple de la BNA et de la BEA, avec des clauses d'exclusivité : résultats, il fallait dédier quelques agences au premier partenaire, d'autres au deuxième...etc. Cette stratégie a eu comme conséquence la non satisfaction du client, du fait qu'il est obligé d'acheter le produit d'une compagnie parce qu'il est domicilié dans telle ou telle agence bancaire.

4-3) Les enjeux de la bancassurance pour les compagnies d'assurance

L'objectif de la bancassurance pour les compagnies d'assurance étant l'élargissement des possibilités de distribution afin d'augmenter la part de marché et d'améliorer la rentabilité.

4-3-1) Elargissent du réseau de distribution à coûts faibles

Pour les compagnies d'assurance, il s'agit de se doter d'un réseau de distribution le plus large possible. Dans cette logique, l'association avec une banque présente plusieurs avantages. Cela leur permettra de bénéficier du potentiel offert par les coûts de distribution plus faibles du moment que le réseau de distribution traditionnel des compagnies d'assurances, même s'il est hétérogène de par les différents canaux de distribution employés, demeure coûteux.

En effet, l'agence bancaire reste un passage obligé et privilégié pour la quasi-majorité de la clientèle. Elle constitue un canal de distribution intéressant puisqu'elle dispose d'un vaste réseau d'agences et d'une clientèle étendue, susceptible de faire fortement progresser le nombre des souscriptions.

En plus du contrat régulier des commerciaux de la banque avec les clients grâce à la fréquence de leurs visites aux agences bancaires, la détention de base de données riche en information sur les actifs des clients et leurs comportements permet une meilleure connaissance de leur besoin. Ceci facilite le ciblage et la réalisation de campagne de vente de masse des produits.

4-3-2) Amélioration de la rentabilité et l'image de marque

Une bonne image constitue un atout important pour toute entreprise, et particulièrement pour les banques et les compagnies d'assurance qui opèrent dans le domaine des services.

En effet, la compagnie d'assurance espère également, à travers la bancassurance, améliorer son image de marque auprès du public. Apparaître comme le partenaire financier des établissements bancaires (une façon de dire aux clients que celui à qui il fait confiance lui fait confiance).

Face à des produits de plus en plus similaires, distribué par des institutions de plus en plus semblables, l'image de l'établissement et du vendeur auquel il s'adresse sont de plus en plus déterminants aux yeux du client.

Les banques fournissent un grand nombre de concessions à des compagnies d'assurance. En effet, le décaissement de la rémunération touchée par les compagnies d'assurance se fait souvent par chèque bancaire, à travers les agences de la banque partenaire avec des commissions très avantageuses. Les compagnies d'assurance se trouvent, parfois dans des circonstances difficiles, il est difficile de fournir les liquidités nécessaires pour s'acquitter de leurs obligations aux abonnés. Dans ce cas, le recours à un partenaire banque est plus que nécessaire pour couvrir le déficit.

En plus de leurs considérables fonds propres, les compagnies d'assurance encaissent d'importantes primes de ses clients. Face à cette avalanche des fonds, les compagnies d'assurances se trouvent dans l'obligation d'investir. Il est plus que naturel, que ces compagnies se tournent vers les banques comme un canal sécurisé et avec une expérience dans la gestion des fonds et dans l'investissement.

4-4) Les enjeux de la bancassurance pour les clients

4-4-1) Degré de perception du concept bancassurance par les clients de la banque

Afin d'évaluer le degré de perception du concept bancassurance par les clients, nous avons réalisé une enquête auprès des clients de différentes banques.

4-4-1-1) Les objectifs de l'enquête

Apprécier la perception de la bancassurance auprès des clients de la banque, en est l'objectif de notre étude.

4-4-1-2) L'échantillon

Nous avons opté pour un échantillon de 100 clients de différentes banques engagées dans la bancassurance (BNA, BEA, BADR, BDL, CNEP-BANQUE, BNP Paris bas et Société Générale-Algérie).

4-4-1-3) La méthode de l'échantillonnage

Nous avons emprunté la méthode non aléatoire, par la technique des itinéraires.

En clair, nous sommes allés dans les agences des banques précitées lesquelles proposent des produits d'assurances, nous avons interviewé les clients que nous avons aperçus et lesquels ont bien voulu répondre à notre questionnaire.

4-4-1-4) Composante de l'échantillon

Notre échantillon se compose de 45 hommes et 55 femmes dont l'âge varie entre 25 et 50ans. 80% des sondés ont un niveau universitaires.

4-4-1-5) La période de l'administration du questionnaire

La période de réalisation de notre questionnaire s'est étalée du janvier au mars 2013.

4-4-1-6) L'analyse des résultats

Les résultats de l'étude en apparence contradictoires permettent difficilement de cerner l'opinion du public sur cette question.

Tableau N° 11 : Avez-vous entendu parler de la bancassurance ?

Désignation	Total des réponses	Oui	Non
Nombre	100	32	68
Pourcentage	100%	32%	68%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des clients

Les réponses sur cette question, nous renseignent sur la méconnaissance par le public de l'existence de la bancassurance en Algérie où 68% des clients questionnés n'ont pas entendu parler de la bancassurance.

Il appartient aux différents acteurs (banques, compagnies d'assurance et pouvoirs publics) de multiplier les actions en communication afin de faire connaître ce concept.

Tableau N° 12 : Parmi les banques suivantes, savez-vous lesquelles proposent une offre d'assurance ?

Désignation	Nombre	Pourcentage
CNEP BANQUE	40	40%
BNA	30	30%
BEA	20	20%
CPA	30	30%
BDL	15	15%
BADR	12	12%
PNP PARIS BAS	25	25%
SOCIETE GENERALE ALGERIE	22	22%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des clients

A travers les réponses ci-dessus, nous constatons que si le client de la banque saurait que sa banque propose des offres d'assurance, ignore tout de même que les autres banques le font.

Tableau N°13: Etes-vous informés des produits d'assurance proposés par votre banque ?

Désignation	Nombre	Pourcentage
Par le biais de l'agence	11	11%
Par téléphone	00	00%
Par internet	15	15%
Par poste	00	00%
Autre	29	29%
TOTAL	55	100%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des clients

Le déficit en matière de communication fait que la plupart des questionnés sont informés des produits d'assurances proposés par la banque de bouche à oreille.

Tableau N° 14 : Etes-vous pour ou contre l'utilisation de vos informations personnelles détenues par la banque à des besoins de vente de produits d'assurance ?

Désignation	Total des réponses	pour	contre	Sans réponses
Nombre	96	40	56	04
Pourcentage	96%	40%	56%	04%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des clients

L'absence de la culture financière en général et de la culture assurantielle chez le consommateur algérien, engendre des réticences quant à l'utilisation des informations personnelles à des fins commerciales.

Tableau N° 15 : Sentez-vous obligés d'acheter des produits d'assurance dans votre agence bancaire ?

Désignation	Total des réponses	Oui	Non	Sans réponses
Nombre	50	10	40	50
Pourcentage	50%	10%	40%	50%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des clients

Une partie des clients questionnés(10%) sentent l'obligation de s'assurer chez son banquier, or le caractère obligation n'est pas prévu par la bancassurance. cela nous renseigne, encore une fois, du degré de l'ignorance de l'orthodoxie financière et assurantielle chez le consommateur algérien.

Tableau N°16 : Préférez-vous acheter des produits d'assurance dans votre agence de banque ou plutôt orientez-vous vers une agence d'assurance ?

Désignation	Total des réponses	Agence de banque	Agence d'assurance	Sans réponses
Nombre	95	65	30	05
Pourcentage	95%	65%	30%	05%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des clients

La majorité des clients préfèrent acheter des produits d'assurance dans l'agence de banque. Un fait encourageant pour les banques d'aller plus vers ses clients afin de les satisfaire davantage.

Tableau N° 17 : Les banques peuvent-elles proposer tous les produits d'assurances ?

Désignation	Total des réponses	Oui	Non
Nombre	100	15	85
Pourcentage	100%	15%	85%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des clients

Malgré que la loi limite pour l'instant l'intervention des banques en matière d'assurance, notamment dans l'article 02 de l'arrêté du 6 août 2007 où plusieurs branches ont été exclues de la nomenclature. Une partie des clients déclarent que les banques peuvent distribuer tous types d'assurance.

Tableau N°18 : Les produits d'assurances proposés par la banque sont-ils différents de ceux d'une compagnie d'assurance ?

Désignation	Total des réponses	Oui	Non	Sans réponses
Nombre	100	56	44	-
Pourcentage	100%	56%	44%	-

Source : établi par nos soins à partir des réponses des clients

La majorité des clients questionnés (56%) considèrent que les produits d'assurances proposés par la banque sont différents de ceux d'une compagnie d'assurance. Or, les bancassureurs distribuent des produits similaires à ceux que peuvent vendre les compagnies d'assurance et mutuelles.

Tableau N°19 : Les assurances vie des banques sont-elles plus risquées ?

Désignation	Total des réponses	Oui	Non	Sans réponses
Nombre	90	36	54	10
Pourcentage	90%	36%	54%	10%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des clients

Une bonne partie des clients questionnés (36%) considèrent que les produits d'assurance vie commercialisés par les banques sont plus risqués. Dans la réalité, le consommateur doit se prémunir et bien s'informer des risques de ces placements. Les banques comme les assureurs vendent des placements en assurance vie très sûrs ou très risqués, en fonction du profil des produits. Cependant, les conseillers bancaires sont parfois intéressés par une mobilité plus grande. Le consommateur peut ainsi perdre son conseiller et en voir arriver un nouveau.

Tableau N°20 : Une banque peut-elle inclure les assurances dans d'autres produits bancaires?

Désignation	Total des réponses	Oui	Non
Nombre	100	80	20
Pourcentage	100%	80%	20%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des clients

Quelques clients conçoivent que la banque peut inclure les produits d'assurance dans d'autres produits bancaire. Cette opinion s'avère fausse, car la banque ne peut pas forcer à contracter des assurances dans son établissement. Néanmoins, les banques prêteuses d'argent ont très souvent la possibilité d'insister sur leurs clients pour que ces derniers signent une garantie emprunteur chez eux. Même pour le client, il lui est difficile de ne pas souscrire à l'assurance en même temps qu'il ouvre un compte dans l'établissement de crédit.

Tableau N° 21 : Pensez-vous que l'opération d'assurance proposée par votre banque se passe- elle dans la transparence, de la souscription jusqu'au remboursement du sinistre éventuel?

Désignation	Total des réponses	Total transparence	transparent	Pas du tout transparent	Sans réponses
Nombre	100	12	70	7	11
Pourcentage	100%	12%	70%	7%	11%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des clients

La plupart des clients questionnés ont confiance en leur banque, en estimant que les opérations d'assurance concrétisées par les banques se passent dans la transparence.

Tableau N°22 : Parmi les contrats d'assurance suivants, lequel avez-vous déjà contracté ?

Assurances de Personnes	Assurance-Crédit	Assurances des Risques Simples d'Habitation	Multirisques Habitation	Assurances obligatoires des Risques Catastrophiques	Assurances Risques Agricoles
Accidents 01 Maladie 05 Assistance 02 Vie-Décès 12 Capitalisation 00	Assurance-Crédit 00	Incendie des risques simples 03 Dégâts des eaux 02	Bris de glaces 01 Vol 01 Responsabilité Civile Générale 01	Tremblements de terre 00 Inondations et coulées de boue 00 Tempêtes et vents violents 00 Mouvements de terrain 00	Grêle 00 Gelée 00 Sécheresse 00 Mortalité du bétail 00 Mortalité des volailles et assimilées 00 Mortalité des abeilles 00 Mortalité des autres animaux 00 Autres dommages agricoles 00
20 contrats	00 contrats	05 contrats	03 contrats	00 contrats	00 contrats

Source : établi par nos soins à partir des réponses des clients

D'une manière générale, le consommateur algérien continue à négliger l'assurance notamment dans sa partie facultative, en la considérant comme une pénalité à payer contre un risque qui n'est pas sûr de se réaliser. Le plus grand nombre de contrats se trouve au niveau de l'assurance vie et décès qui est liée directement au crédit notamment immobilier.

4-4-2) Avantages et limites de la bancassurance pour les clients

La bancassurance permet aux clients d'obtenir tous leurs besoins dans un seul endroit. Les banques cherchent à fournir toutes les réponses aux besoins du client et de gagner du temps et de l'effort.

La bancassurance présente un caractère de proximité alors que les compagnies d'assurances recourent à des courtiers. Cela se ressent sur les tarifs, du fait que les courtiers y incluent leurs frais de démarchage.

Le client a une accessibilité plus grande et facile à tous les services financiers, car le réseau de banque est généralement plus dense et plus étendu que celui de l'assurance. Les modes de paiement des primes sont simplifiés car prélevés directement sur le compte bancaire.

Le client dispose d'un interlocuteur unique et disponible avec lequel il entretient une relation de confiance. La satisfaction d'un seul client peut parler à d'autres et ça fera augmenter le nombre de clients à solliciter ce type de produits chez leurs banquiers.

L'assurance est un moyen de garantie exigé par les banques auprès de leurs clients, parfois les garanties exigées sont disponibles chez les compagnies d'assurance, parfois elles ne le sont pas. La présence d'un tel accord entre la société d'assurance et la banque, permet à la société d'assurance de développer ou à introduire de nouveaux produits pour répondre aux besoins de la banque et de ses clients et permettra au client d'obtenir le crédit et l'assurance dans un seul endroit.

En fin, le client est mieux rassuré en raison de la capacité organisationnelle que détienne la banque par rapport aux intermédiaires traditionnels (courtiers et agents généraux).

4-5) Les enjeux macroéconomiques de la bancassurance

4-5-1) Les apports de la bancassurance sur le plan économique et social

La bancassurance contribue d'une manière efficace au développement de l'épargne, nécessaire au financement de l'économie. En effet, l'intervention de la banque dans la vente des produits d'assurance facilite la mobilisation de l'épargne individuelle et collective, elle fournit au client la garantie, la simplicité et la transparence qu'il exige. Néanmoins, ce nouveau concept n'a pas eu un bon essor auprès des algériens. Ce ralentissement s'explique par différentes raisons :

- La faiblesse de l'impact des politiques de promotion portées par les compagnies d'assurance,
- la détérioration du pouvoir d'achat,

- l'absence de culture d'assurance chez les algériens, ⁽¹⁾
- Considération religieuses, d'autant plus que beaucoup d'entre eux repose sur la logique que seul garant est Dieu. ⁽²⁾

Cette attitude des algériens vis-à-vis de l'assurance en général et de l'assurance de personnes en particulier, fait que ce type d'assurance est peu développé par les réseaux traditionnels.

L'assurance de personnes, qui comprend accidents, maladies, assistance, vi-décès, nuptialité, natalité, assurance liées à des fonds d'investissement, capitalisation, gestion de fonds collectifs et prévoyance collective, peut avoir son succès dans les guichets des banques tout en, profitant de la présence de client pour lui proposer et le convaincre à souscrire ces contrats jusque-là méconnus ou peu communiqués par les compagnies d'assurances.

4-5-2) Les apports de la bancassurance pour les intermédiaires traditionnel

Afin de comprendre le point de vue des intermédiaires en assurance, notamment les courtiers, sur la bancassurance, nous avons tenté d'administrer un questionnaire que nous avons adressé, une première fois par e-mail. Pour défaut de réponses, nous l'avons réalisé une deuxième fois par entretiens semi-directif avec quelques-uns d'entre eux.

Nous avons opté pour un échantillon de 05 courtiers sur les 25 exerçant sur le territoire national. ⁽³⁾

Les résultats de notre enquête auprès des courtiers en assurance, nous ont permis de dégager les résultats suivants :

Tableau N°23 : En ce qui concerne votre profession, avez-vous le sentiment qu'elle est menacée par la montée en puissance de la bancassurance ?

Désignation	Total des réponses	Oui	Non
Nombre	5	2	3
Pourcentage	100%	40%	60%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des courtiers

(1) En marge de notre enquête administrée auprès des clients des banques, nous avons profité de l'occasion pour poser des questions relatives à la perception de l'assurance, la majorité des clients questionnés considèrent que l'assurance est une pénalité et ils la souscrivent par obligation telle que l'assurance responsabilité civile automobile. Elle est souvent perçue comme une taxe dont il faut s'acquitter pour avoir le droit de rouler en voiture.

(2) Cet aspect sera mieux développé plus loin.

(3) Voir la liste des courtiers sur le site web du CNA : www.cna.dz, dernière visite : 06/05/2013.

Plus de la moitié des courtiers ne sont pas inquiétés quant à la montée en puissance de la bancassurance. Cela, nous renseigne sur la faible concurrence entre les différents distributeurs de l'assurance sur le marché algérien.

Tableau N°24 : D'après vous, les opportunités de développement du secteur sont-elles plus fortes ?

Désignation	Total des réponses	Sur le marché des particuliers	Sur le marché des professionnels et entreprises
Nombre	5	1	4
Pourcentage	100%	20%	80%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des courtiers

De l'avis des courtiers en assurance, les particuliers ne s'intéressent pas tellement à l'assurance. Contrairement aux entreprises qui se trouvent dans l'obligation d'assurer leur patrimoine contre les différents risques.

Tableau N°25 : De façon plus générale, diriez-vous que la profession de courtier est bien connue du grand public ?

Désignation	Total des réponses	Oui	Non
Nombre	5	01	04
Pourcentage	100%	20%	80%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des courtiers

Le consommateur ignore l'existence des courtiers en assurances, pour s'assurer il s'oriente directement à la compagnie d'assurance.

Tableau N°26 : Globalement, au cours des trois dernières années, votre Chiffre d'affaires a-t-il été ?

Désignation	Total des réponses	Plutôt en hausse	stable	Plutôt en baisse
Nombre	05	1	4	0
Pourcentage	100%	20%	80%	00%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des courtiers

Le chiffre d'affaires des courtiers en assurance se stabilise à cause d'absence d'actions marketing de leur part visant la promotion du portefeuille clients.

Tableau N°27 : Et pour l'année à venir, pensez-vous que votre chiffre d'affaires va?

Désignation	Total des réponses	Plutôt augmenter	Rester stable	Plutôt baisser
Nombre	5	5	0	0
Pourcentage	100%	100%	00%	00%

Source : établi par nos soins à partir des réponses des courtiers

L'ensemble des courtiers en assurance semblent être optimistes quant à l'avenir de leur métier.

Réponses à la question N° 06 : Que pensez-vous de l'avenir de la bancassurance en Algérie ?

Les courtiers que nous avons interviewés, nous ont déclaré que l'avenir de la bancassurance dépendra de la démarche et stratégie qu'adopteront les compagnies d'assurance et les banques. Néanmoins, l'introduction de la bancassurance favorisera la concurrence, malgré la crainte des intermédiaires classique notamment les courtiers et agents généraux.

En sommes, profitant de la vulgarisation de l'assurance auprès d'une clientèle qu'ils n'ont pas investie à ce jour, les souscripteurs des produits bancassurance finiront par développer une culture financière suffisante leur permettant de choisir, pour la satisfaction de leurs besoins de sécurité, des spécialistes, en l'occurrence les courtiers et agents généraux. Ils ne garderont chez leurs banquiers que les produits d'assurance boudés par les distributeurs classiques, tels que l'assurance vie et de retraite : ces produits ne présentent pas un enjeu commercial attrayant pour les courtiers et agents généraux compte tenu de la difficulté d'atteindre le volume de vente critique.

Section 05 : Les perspectives de la bancassurance en Algérie

En dépit du développement de la bancassurance durant ces dernières années comme l'un des moyens modernes de commercialisation des services d'assurance, notamment l'assurance vie, qui sont fondés sur la confiance mutuelle entre la banque et ses clients, le volume de ces services n'a pas encore atteint les niveaux probants dans notre pays.

En matière de distribution, la banque et l'assurance sont l'une et l'autre, pour une partie de leurs activités, des métiers grand public, donc très dépendants des réseaux de distribution.

L'une et l'autre ont investi dans des réseaux dense et couteux, les guichets pour l'une, les agents généraux pour l'autre. Ceci les a contraints à trouver des solutions. Les deux institutions financières souhaitent rentabiliser leurs réseaux en élargissant la gamme de produits offerte. En l'occurrence, les accords de distribution judicieux.

Le potentiel assurable en Algérie plus qu'important car, inexploité, notamment dans son volet assurance vie. Des perspectives d'avenir s'annoncent très prometteuses.

5-1) Taux de pénétration et densité de l'assurance

La prime d'assurance moyenne par habitant (ou densité d'assurance) est passée de 650 DA en 2000 à 2 632 DA/habitant en 2012, soit l'équivalent de 33 dollars. Le taux de pénétration du marché des assurances (production/PIB) demeure inférieur à 1%, il est estimé à 0,66% en 2012.

Cependant, le potentiel du marché algérien des assurances est estimé à plus de cinq milliards de dollars en 2020 par rapport à 1,2 milliards de dollars aujourd'hui. ⁽¹⁾ pour atteindre ce niveau, les autorités algériennes comptent sur la diversification des acteurs dans le domaine des assurances et sur l'émergence de la bancassurance. Par voie de conséquence, à l'horizon 2020, il faudrait atteindre un niveau de dépenses en matière d'assurances de 125 dollars par habitant.

Il y a un grand potentiel dans le marché de l'assurance de personnes notamment les assurances maladies et retraites, qui sont gérées, actuellement, par les organismes de la sécurité sociale qui se trouvent dans des difficultés financières nécessitant l'intervention de l'Etat à travers d'autres sources de financement. ⁽²⁾

(1) K. Daghefli « Un potentiel de 5 milliards de dollars qui échappe aux 23 compagnies », Horizons du 7 novembre 2012.

(2) Le système de la sécurité sociale en Algérie est fondé sur : Le principe de la répartition et de solidarité et sur l'affiliation obligatoire.

Le système algérien de sécurité sociale est financé par :

- Essentiellement les cotisations
- Intervention du budget de L'Etat pour:
 - Financer les allocations familiales
 - La prise en charge des dépenses de solidarité nationale (CD-ICPRI –ICAR – ICPR- revalorisations exceptionnelles des pensions et allocations de retraite).
- Autres source de financement : Les revenus des fonds placés, les contributions d'ouverture de droit versées par les employeurs en matière d'assurance chômage et de retraite anticipée, les majorations et pénalités de retard et autres sanctions pécuniaires à l'encontre des employeurs défaillants en matière d'obligations des assujettis.

En effet, pour faire face à des éventuels déficits (comme c'était le cas en 2009 où la CNR a enregistré un déficit de 1,99 milliards de dinars, selon la déclaration du ministre du travail de l'époque IN Amine SALAMA « 1,99 milliards DA à la CNR », Midi Libre du 24 avril 2010), l'Etat a procédé à l'institution de deux fonds :

- Le fonds national de réserves des retraites (LF 2006) financé essentiellement par l'affectation de 2% du produit de la fiscalité pétrolière.
- Le fonds national de sécurité sociale (LF2010) alimenté notamment par une quote-part de la taxe sur le tabac et un prélèvement de 5% des bénéfices nets des importateurs et en gros des médicaments importés pour la revente en l'état.

Cette fragilité du système de sécurité sociale offre un avantage à concourir par les assurances complémentaires à travers, notamment, la bancassurance.

Au-delà de l'assurance des personnes, c'est tout le secteur qui doit faire sa mutation. L'évolution positive et régulière du chiffre d'affaires global du marché national des assurances n'a pas permis l'amélioration des indicateurs liés à la pénétration et à la densité de l'assurance qui restent loin de refléter le potentiel assurable existant. Cet état de fait, démontre une réalité d'un marché qui a besoin de se réformer pour prétendre améliorer ses points faibles que constituent la qualité de service et l'innovation et jouer ainsi pleinement son rôle économique et social.

5-2) Améliorer le cadre juridique de la bancassurance

L'instauration en 2006, par le législateur algérien, d'un statut d'intermédiaire pour les banques et établissements financiers et assimilés n'offre que des perspectives de régularisation limitées et n'encourage guère le décollage de la bancassurance.

La révision de la loi bancaire s'avère plus que nécessaire par la permission aux banques et établissements financiers d'exercer l'activité d'assurance comme opération connexe. Comme ça été fait dans tous les pays où la bancassurance trouve son développement normal.

En définitive, dans un souci d'efficacité, il convient d'adapter progressivement la réglementation existante à la spécificité de la bancassurance, afin que la réalité juridique suive la réalité économique.

5-3) La recherche des synergies

L'émergence de la bancassurance en Algérie peut être motivée par la recherche des synergies à travers notamment :

- Le rapprochement des clientèles,
- Les produits,
- Le rapprochement des métiers,
- Un marketing intégré,
- Une culture d'entreprise bancassurance,

La recherche de la synergie par le rapprochement des clientèles est confrontée à des contraintes juridiques liées au secret professionnel, qui rendent le fichier clients détenue par les banques passif et ne privilégient pas le rapprochement entre les banques et les compagnies d'assurance.

De ce fait, des efforts doivent être consentis par chacun de son côté afin d'améliorer la capacité de l'appareil commercial, qualifier et actualiser ses propres moyens de pénétration du marché.

Afin de bénéficier des synergies par rapprochement des produits, il est impératif, au départ, de commencer par vendre des produits simples, assimilables facilement par les réseaux, sans formation technique lourde autre qu'une formation au produit.

Dans une étape avancée, à moyens terme, c'est la recherche d'un package de produits qui repose sur :

- le recensement des produits et services-types de la banque et de l'assurance,
- l'analyse des opportunités de rapprochement de ces services en tenant compte des possibilités techniques, des demandes potentielles et avantages concurrentiels.

La recherche des synergies par les métiers nous mènera à déterminer si le rapprochement des deux activités de banque et d'assurance vise une association partielle ou une fusion plus poussée d'activités. Cette réflexion conduit à :

- l'établissement de nomenclature des activités types de banque et d'assurance,
- l'analyse de la proximité des activités types, permettant de conclure sur les possibilités de rapprochement de ces deux activités.

Le développement de la bancassurance en Algérie doit reposer sur un marketing intégré qui consiste à renforcer les liens entre les banques et les compagnies d'assurance et de créer de nouvelles sociétés en partenariat. Ce développement dépend aussi de la convergence d'intérêts entre assureurs et banquiers.

Les clés de succès de la bancassurance résident donc dans la mise en place d'une stratégie marketing adéquate. Cette stratégie sera axée sur la transparence dans les tarifs, une stratégie de communication efficace et une qualité de service à la hauteur des aspirations de la clientèle qui jusque-là ne manifeste pas un

grand enthousiasme envers les produits d'assurance en général et ceux liés à la personne en particulier.

Enfin, pour des synergies peuvent être recherchées par le développement d'une culture d'entreprise bancassurance.

En effet, les activités de banque et les activités d'assurance ont évolué dans des contextes historiques et culturels différents. Le profil des hommes qui y travaillent et leurs compétences ont été modelés par des systèmes de gestion également différents.

La réussite d'un projet de bancassurance implique donc le développement d'une nouvelle culture d'entreprise, ce qui nécessite :

- de dresser l'état des lieux concernant le climat, la vision, les attitudes, et les comportements des opérations vis-à-vis de l'autre métier,
- d'établir un plan de communication et de formation interne dans le cadre d'un projet d'entreprise.

5-4) Promouvoir la culture assurantielle

Parmi les obstacles majeurs qui entravent le développement de l'assurance en générale et celle liés à la vie de la personne en particulier, nous retrouvons l'absence d'une culture assurantielle. En partie, ceci revient à la faiblesse dans l'information et dans l'éducation de l'assurance, à l'héritage d'une autre culture d'assistanat, de fatalisme et au recours à l'appui de l'état ou à la solidarité collective et/ou familiale, lors de la survenance du sinistre.

Aujourd'hui, il est plus que nécessaire de penser à développer cette culture d'assurance.

En effet, la qualité du service, la sécurité et la prévention des risques, le conseil, la transparence dans la tarification et dans la gestion des prestations en cas de survenance du sinistre... etc. ce sont des vecteurs constituant des conditions nécessaires pour développer la culture assurantielle.

La participation constructive et active de tous les acteurs concernés par les assurances (professionnels, pouvoir publics, consommateurs, etc.), s'avère impérative pour faire révéler la culture assurantielle.

Nous ne pouvons nier totalement l'existence d'une certaine évolution dans les comportements des assurés algériens. Cependant, beaucoup reste à faire pour hisser le taux de pénétration de l'assurance dans les ménages algériens à

ses niveau les plus acceptables. Pour ce faire, il est indispensable de mettre en oeuvre les actions suivantes :

- Etudier le marché afin d'arriver à maîtriser les bases sociales qui traduisent les éléments structurants de la société, afin de trouver le moyen de pénétrer cette société.
- Segmenter la clientèle et différencier les niveaux sociaux, leurs besoins d'épargne et de prévoyance qui peuvent être totalement différents suivant qu'ils soient dans telles ou telles situations.
- En fin, il appartient aux pouvoirs publics de mettre en œuvre un dispositif pour intégrer, dans les manuels scolaires, la matière d'éducation ⁽¹⁾ en assurance dans le but d'inculquer cette culture assurantielle chez l'algérien dès son âge, et de poser les bases de la démarche collective nécessaire à la mise en œuvre d'un véritable projet de développement de l'assurance, ce qui entrainera inévitablement la promotion de la culture assurantielle en Algérie.

5-5) La bancassurance dans les banques islamiques

En ce qui concerne le point de vue des religieux sur les assurances, de nombreux scientifiques de haut niveau et des groupes de la jurisprudence modernes se sont exprimés sur le sujet.

Les avis jurisprudentiels concernant l'assurance sont nombreux et partagés. Nous pouvons les résumer en trois avis essentiels : ⁽²⁾

- Le premier avis affirme que le contrat d'assurance (commercial) classique, pratiqué par les compagnies d'assurances est admissible et licite. ⁽³⁾
- Le deuxième avis, se situe à l'opposé du premier et voit tout à fait le contraire, c'est-à-dire que le contrat d'assurance classique est non conforme à la loi islamique (la Charia). ⁽⁴⁾

(1) Voir aussi : M^{ed}.A. BARKAT « la culture assurantielle : une réalisation à l'effort commun » bulletin des assurances N°21 / CNA/ 4^{ème} trimestre 2012, pp5-6.

(2) عبد الرحيم الحميد الساعاتي " هل التأمين الإسلامي المركب تأمين تعاوني أم تجاري؟" مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد الإسلامي صص 190-191.

(3) Des juristes et savants théologiens plus ouverts à la modernité et s'inspirant des travaux des réformateurs de la fin du 19^{ème} siècle :

- مصطفى أحمد الزرقا " عقد التأمين وموقف الشريعة الإسلامية منه" ، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1987) Mustapha Azzarka
- محمد سلامة جبر " حكم التأمين في الشريعة الإسلامية" ، شركة الشروق للنشر، السعودية، 1982) Med Salama Djaber

(4) Les partisans de cet avis justifient cette interdiction par plusieurs arguments. Le plus important est que le processus d'assurance comporte un élément assimilé à un jeu de hasard, c'est à dire d'incertitude ou d'ambiguïté. il existe une disproportion considérable entre la prime payée par l'assuré et le capital ou l'indemnité qu'il va peut-être recevoir. Cette disproportion, associée à ce caractère aléatoire, disqualifie le processus d'assurance à l'égard de la charia qui prône l'égalité entre les partenaires du contrat. L'autre série d'arguments sont relatifs aux investissements des provisions techniques (l'intérêt) ou dans des activités en rapport avec aussi bien l'alcool que le jeu, le porc ou le sexe. Parmi ces savants :

- شوكات العليان "التأمين في الشريعة والقانون" ، دار الرشيد للنشر، الرياض، 1989) Chouklat Al Alayane

- سليمان بن إبراهيم الثنيان «حقيقة شركات التأمين» ، مجلة البيان، لندن، 1999) Soulaymane Ben Ibrahim Ethiniane

- Le troisième avis rejoint le second en affirmant la non-conformité du contrat d'assurance classique avec la loi islamique et donne le substitut légal : une assurance basée sur une assistance mutuelle, préservant la sécurité sociale en conformité avec la charia dont les principes reposent sur le partage équitable des risques et des bénéfices.⁽¹⁾

Ce type d'assurance, les savants musulmans le nomment en arabe : "at-ta'mîn at-ta'âwunî" (il s'agit en fait d'une sorte de coopérative).

Le contrat qu'ils réalisent stipule que ce fonds aidera le cotisant qui subit un des sinistres qu'ils auront mentionnés ; au cas où aucun de ces sinistres ne se sera produit, le fonds sera rendu aux cotisants. La différence par rapport aux assurances classiques tient au fait qu'ici, il ne s'agit pas d'un commerce mais d'une association.⁽²⁾

A l'exemple du concept *takaful*⁽³⁾ développé par la compagnie de réassurance Best Ré, qui est aujourd'hui le plus important réassureur fonctionnant selon les principes économiques et financiers islamiques. Elle a servi de base au développement de plusieurs compagnies islamiques en Algérie,⁽⁴⁾ au Sénégal, en Egypte, au Liban et en Turquie.

(1) Parmi les théologiens partisans de cet avis :

Med Abouzahra ((64-445صص، 1971، 1982، 1982)، مجلة الاقتصاد الإسلامي بنك دبي الإسلامي، (محمد أبو زهرة «استفسارات»، حسين حامد حسان «حكم الشريعة الإسلامية في عقود التأمين»، دار الاعتصام، القاهرة، 1989)

(2) Jean-Pierre Daniel « L'assurance islamique gagne du terrain », La Tribune de l'assurance - n° 111 - avril 2007.

(3) Le principe sur lequel repose l'assurance *takaful* s'inscrit dans la logique de la mutualité. L'assuré paie une contribution à l'assureur qui peut être assimilée à une donation. En contrepartie, l'assureur s'engage à compenser la perte subie par l'assuré si l'événement redouté, objet du contrat, se produit. La différence entre le contrat *takaful* et le contrat classique est que si l'événement ne survient pas, l'assuré est en droit de recevoir la totalité de ce qu'il a versé initialement. En fait, c'est l'ensemble des assurés qui bénéficie de ce droit : la totalité des donations sont mutualisées, comme le sont les sinistres. En d'autres termes, on se trouve face à un mécanisme qui est celui de la mutuelle à cotisations variables qui doit, en fin d'exercice, ristourner à ses sociétaires le trop perçu par rapport aux sinistres réglés. Comme d'ailleurs pour les sociétés à cotisations variables, et pour les mêmes raisons à la fois économiques et pratiques, les sociétés d'assurance islamiques ne ristournent pas les excédents aux sociétaires. Elles s'en servent pour renforcer leur solidité financière ou baisser les cotisations futures. Parce que les profits sont partagés équitablement entre les assurés et l'assureur, le mécanisme échappe à la prohibition de l'intérêt. On retrouve cette idée de partage du sort qui est le fondement de la finance islamique. En assurance vie, les choses sont plus complexes. Nombre de musulmans considèrent que la mort appartient à Dieu, et que toute opération de nature économique liée à cet événement est, par nature, impie. Mais même les croyants, qui n'adoptent pas ce point de vue radical, établissent une différence importante avec le schéma traditionnel de l'assurance vie telle qu'elle est pratiquée en Occident. Dans l'assurance *takaful*, le bénéficiaire n'est qu'un récipiendaire de l'indemnité, il n'en est pas nécessairement le destinataire final. Le contractant n'a pas le libre choix du bénéficiaire. L'indemnité versée par l'assureur l'est au bénéficiaire, à charge pour celui-ci de la répartir entre les héritiers selon l'ordre déterminé par la loi coranique. A la différence de ce que fait l'assurance commerciale, la coopérative ne prend donc pas possession des sommes versées par les cotisants comme quelque chose dont elle serait propriétaire ("*mâlik*") comme c'est le cas dans l'assurance classique, mais comme quelque chose dont elle est seulement dépositaire ("*amîn*"). (Jean-Pierre Daniel « L'assurance islamique gagne du terrain », La Tribune de l'assurance - n° 111 - avril 2007).

(4) La société d'assurance *takaful*, filiale du groupe Salama Islamic Arab Insurance Company, installé à Dubaï.

Le terme TAKAFUL est synonyme de garantie mutuelle ou indemnisation entre membres d'un groupe. Ce concept de protection est pour le bien de la société et de l'individu en général. En plus du partage coopératif du risque, il y a une séparation claire entre participant et opérateur. Les assureurs islamiques adoptent des stratégies d'investissements en conformité avec la sharia. ⁽¹⁾

Les partisans de troisième point de vue considèrent que se lancer dans la bancassurance pour les banques qui activent selon les préceptes de l'islam est motivé par deux raisons :

- **un besoin général**: un besoin partagé par la banque avec d'autres institutions et particuliers, la banque universelle a besoin de se maintenir et maintenir son personnel, chose que la bancassurance peut contribuer à sa réalisation.
- **un besoin particulier**: ce qui tient à la nature des activités de la banque islamique en tant que financement et investissement, il a besoin d'une assurance contre tous les risques auxquelles peuvent s'exposer les actifs et les objets financés par leur biais, comme il est communément connu que la banque finance ses clients selon un ensemble de méthodes ou de produits, qui doivent être garantis pour lui assurer que le client remplisse ses obligations.

5-6) L'assurbanque

La bancassurance peut s'étendre aux mutuelles et aux organismes financiers (la poste, caisse d'épargne, trésor public, collectivités locales...), même les grandes surfaces de distribution peuvent intégrer ce créneau, mais ça dépendra des textes réglementaires.

En effet, en l'absence de la réglementation permettant aux sociétés d'assurance de vendre des produits bancaires, les banques sont prêtes à compter sur leurs partenaires assureurs pour vendre des produits bancaires.

Comme toute activité commerciale, la modernisation des outils technologiques et de télécommunication améliorera certainement les services de bancassurance. Par ailleurs, les banques algériennes aspirent maintenant vers la banque à distance, mais il faut aller étape par étape.

(1) BARKAT Mohamed El-Amine « Assurance et Islam », Contribution à la conférence – table ronde : assurance vie et société, CNA, 15/06/2005.

Conclusion du cinquième chapitre

La promulgation de la loi 06-04 du 26 février 2006 est venue pour permettre aux sociétés d'assurance de distribuer un certain nombre de produits par l'entremise des banques, établissements financiers et assimilés. Il s'agit des catégories de produits suivantes :

- Assurance de personnes (accidents, maladie, assistance, vie et décès, capitalisation.
- Assurance crédits.
- Assurance des risques simples d'habitation.
- Multirisques habitation.
- Assurance obligatoire des risques catastrophiques.
- Assurances agricoles.

En optant pour ce nouveau mode de distribution, l'Algérie compte booster les assurances en général et les assurances vie en particulier et rattraper le retard cumulé depuis plusieurs années pour améliorer les indicateurs en matière de pénétration et densité de l'assurance. Cette volonté de réussite s'est concrétisée par la signature d'accords importants de partenariats entre banques et sociétés d'assurances tant nationales qu'étrangères pour la vente de produits d'assurance sur le marché algérien.

Cependant pour réussir, la bancassurance doit être prise d'une manière pédagogique et sereine tant par les pouvoirs publics que par les bancassureurs.

Afin de réussir le pari, les bancassureurs doivent adopter une stratégie marketing adéquate axée sur l'étude de marché, la segmentation de la clientèle et le ciblage. Quant au pouvoir public, il leur revient la responsabilité de sensibiliser et d'éduquer le citoyen dans cette matière, jusque-là négligée par le grand public.

Le développement de la bancassurance en Algérie nécessite au préalable un certain effort d'innovation de la part des assureurs et des banquiers en vue de concevoir de nouveaux produits attrayants et bien étudiés.

Aux produits d'assurance classique, il faut joindre d'autres produits à l'exemple des produits respectant les préceptes de l'islam (takaful), qui trouveront un écho favorable chez un grand nombre de clients potentiels.

Conclusion générale

Le secteur des services financiers ainsi que les lois et règlements qui le régissent ont connu des transformations considérables. En effet, à partir des années 80, nous avons observé une concurrence de plus en plus dure. Les banques, les grandes surfaces de distribution, les grands magasins et même les spécialistes de la vente par correspondance distribuent les produits bancaires et d'assurance.

Pour résister à ces changements, les entreprises exerçant dans ce secteur doivent chercher la compétitivité. Cette compétitivité passe, aujourd'hui, par l'innovation et la diversification dans les produits et services.

La bancassurance peut constituer un mode de cette innovation, qui permettra aux banques et compagnies d'assurance d'être plus compétitives pour faire face à cette nouvelle forme de concurrence.

La bancassurance qui signifie la distribution de contrats d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés, elle est née en Europe, dans les années 70-80.

Ainsi, un partenariat pour distribuer les produits d'assurance par l'entremise des banques et établissements financiers peut être concrétisé. La création de filiales spécialisées est aussi possible soit en collaboration entre la banque et la compagnie d'assurance ou chacun pour soi, une association, joint-venture, entre une banque et une compagnie d'assurance ou encore des conglomérats financiers peuvent naître. Le choix de tel ou tel modèle repose sur la nature des objectifs tracés par le bancassureur.

Partout dans le monde, en Europe, en Asie, en Amériques et au Maghreb, les banques se sont lancées dans la distribution des produits d'assurance, puis, les banques ont procédé à la création de leurs filiales assurance et les compagnies d'assurance ont créé leurs propres banques en imposant un nouveau terme qui est l'assurbanque ou l'assurfinance.

La bancassurance est inégalement développée dans le monde mais en progression un peu partout. En effet, en Europe: France, Benelux et Espagne sont en tête de développement de la bancassurance. Encore limitée en Allemagne, Italie et Grande-Bretagne mais on y remarque une expansion apparente.

Pour les pays où l'assurance n'est pas suffisamment développée à ses justes potentialités, comme en l'Algérie, la bancassurance peut être utilisée comme instrument de développement et de promotion de l'assurance notamment dans les domaines où les réseaux de distribution dits classiques n'ont pas réussi.

Jusqu'au milieu des années 1990, à l'instar de l'ensemble de l'économie, le système bancaire en Algérie a connu une lente évolution caractérisée par une faible performance.

La réforme bancaire et financière en Algérie visait, également, à la promotion de la bancassurance pour mieux rentabiliser les réseaux d'agences, mais aussi pour la stimulation de l'activité et la sécurité financière des sociétés d'assurance.

En dépit des réformes engagées par l'Algérie dans le domaine des assurances, ce secteur reste dominé à la fois par le secteur public et par la branche assurances automobiles.

Les raisons de cet état de fait sont avant tout : la mauvaise image de l'assurance, l'absence de culture assurantielle, le manque de visibilité et de communication des acteurs agissant dans le secteur et le faible niveau de revenu des ménages.

C'est justement dans la perspective de contribuer au développement de l'assurance que les pouvoirs publics ont entamé une série de réformes depuis 2006 tant sur le plan structurel, en ordonnant aux compagnies d'assurance de séparer l'activité d'assurances dommages de celles de personnes, cette séparation devient obligatoire depuis 01 juillet 2011 que sur le plan législatif, en permettant aux banques de distribuer des produits d'assurance.

En effet, avec la loi 06-04 débute en Algérie la bancassurance. Cette pratique concerne, en premier lieu, les produits d'assurance relatifs :

- aux branches d'assurance de personnes : accidents, maladie, assistance, vie décès, capitalisation.
- à l'assurance crédits.
- à l'assurance des risques simples d'habitation.
- multirisques habitation.
- assurance obligatoire des risques catastrophiques.
- aux risques agricoles.

Développer les assurances, augmenter la rentabilité et fidéliser le client en lui offrant une gamme complète de produits bancaires et d'assurances, tels sont les objectifs de la bancassurance tracés, respectivement, par les pouvoirs publics et par les banques et les sociétés d'assurances en Algérie.

C'est dans ce contexte que les banques multiplient les contrats avec les compagnies d'assurances afin de mettre en œuvre cette démarche de bancassurance.

La quasi-majorité des partenariats se sont concrétisés soit par la signature de conventions de commercialisation (accords de distribution), soit par la création d'une entreprise commune (joint -venture).

Il s'agit, des conventions de distribution de produits d'assurance signées conjointement par les compagnies d'assurance (SAA, CAAR, CAAT, CARDIF El-djazair, AXA vie, MACIR, SAPS, Salama Assurances.) et les banques (BNA CPA BDL BEA BADR CNEP Banque, NATIXIX Banque).

Dans une première phase, une formation adaptée des agents souscripteurs d'assurance employés par les banques et organismes financiers contractants une convention avec des compagnies d'assurance est assurée par ces dernières.

Il y a lieu de signaler que jusque-là, les produits de bancassurance en Algérie, se limitent aux assurances obligatoires, telle que l'assurance vie et décès exigée lors de la demande d'un crédit.

Il n'est peut-être pas le moment de juger la réussite ou non de l'expérience algérienne en matière de bancassurance. Mais il est d'ores et déjà temps d'évaluer ce qui est fait et de rectifier les lacunes qui peuvent contraindre le développement de cette pratique notamment sur le plan législatif, stratégique et commerciale.

Plusieurs facteurs se conjuguent pour freiner le développement de l'assurance vie en Algérie et par voie de conséquences retarder l'envol de la bancassurance à savoir : le faible pouvoir d'achat des algériens, l'absence de la culture assurantielle et le facteur religieux.

La part de 17% semble prometteuse pour un début de la bancassurance, cependant, ce taux est représenté par les contrats vie et décès souscrits à l'occasion du crédit, la proportion des autres types de contrats (accidents, maladie assistance, capitalisation et prévoyance collective) reste insignifiante.

Bien, qu'étant à ses débuts, la bancassurance concrétisée par le biais des partenariats entre compagnies nationales et étrangères s'annoncent plus intéressants (à l'exemple de CARDIF Algérie et la CNEP- Banque), elle a réalisé 95% de la part de bancassurance pour l'année 2012. Cette performance s'explique par l'existence d'un réseau de distribution intense chez la CNEP-banque et le transfert technologique qui est assuré par CARDIF (l'une des spécialiste de la bancassurance dans le monde).

Le développement de la bancassurance en Algérie souffre de plusieurs contraintes dont les unes sont liées à la réglementation bancaire et les autres à réglementation des assurances.

Du côté de la réglementation bancaire, deux contraintes majeures sont à considérer, il s'agit de l'obligation au secret professionnel et de l'absence du caractère accessoire que doit avoir, comme première étape, la bancassurance par rapport à l'activité principale de la banque. Les lois actuelles n'attribuent pas le caractère d'opération secondaire (connexe) à l'activité d'assurance exercée par la banque, ce qui laisse la banque dans sa position de simple intermédiaire ou commissionnaires, chose qui ne contribue nullement au développement de la bancassurance. Il est impératif aujourd'hui de revoir cet aspect afin de permettre à la banque de se lancer réellement dans la bancassurance.

Pour la réglementation des assurances, les commissions à encaisser par les bancassureurs étant plafonnés par la réglementation. Par ailleurs, il est interdit d'encaisser un montant de prime supérieur à celui fixé par la compagnie d'assurances (la banque étant un intermédiaire). Ceci ne joue pas en faveur du développement de la bancassurance.

Toutefois, les enjeux que présente la bancassurance aujourd'hui, nous laissent croire que ces différentes contraintes ne feront que retarder le développement de la bancassurance. Mais, elles ne l'empêcheront pas de continuer à s'agrandir. Ces enjeux sont à la fois en la faveur des banque, des compagnies d'assurance, des clients et de l'environnement socioéconomique.

La banque du fait de sa connaissance du marché des particuliers et de ses capacités d'épargne et la confiance dont elle jouit auprès de sa clientèle peut réaliser par le biais de la bancassurance des performances certaines. En effet, la bancassurance contribue à : améliorer l'image de marque des banquiers, élargir la gamme de produit, fidéliser les clients et améliorer la productivité du réseau.

La bancassurance permet à la compagnie d'assurance de commercialiser des produits d'assurance sans avoir à réaliser d'investissements supplémentaires. En effet, les assureurs profitent d'une clientèle de qualité à moindres coûts, d'un réseau de point de vente large et bien articulé et surtout d'un savoir-faire relationnel sans pareil.

Concernant le client, le fait de pouvoir acheter auprès de son guichet bancaire habituel un service supplémentaire, est un avantage en termes de facilité d'accès. En effet, les clients préfèrent un seul fournisseur en matière de produits bancaires et d'assurance. Avec la bancassurance, le client entretient une relation de confiance.

Sur le plan économique et social, la bancassurance contribue au développement de l'épargne nécessaire au financement de l'économie par la promotion des assurances notamment celles de personnes.

Même les intermédiaires traditionnels (agents généraux et courtiers) profiteront de la vulgarisation de l'assurance par les banques.

A ces avantages tirés de la bancassurance, vient s'ajouter l'opportunité d'existence d'un potentiel assurable important en Algérie, notamment dans la catégorie assurance vie. Des perspectives d'avenir s'annoncent très prometteuses.

En effet, le taux de pénétration reste à ses niveaux les plus bas (moins de 1%) et l'algérien ne dépense que 33 dollars par an pour l'assurance. Il est de devoir des acteurs intervenant dans l'assurance de hisser ces indicateurs à leurs niveaux les plus acceptables eu égard à l'accroissement de la population et aux besoins exprimés par l'économie.

A travers la bancassurance, les partenaires cherchent des synergies à travers notamment : le rapprochement des clientèles, par les produits et métiers.

Pour réussir une activité bancassurance, une démarche marketing intégrée s'impose, elle doit reposer sur :

- un diagnostic rapide des fonctions et performances comparées des activités de banque et d'assurance, et des potentiels de synergie,
- des objectifs coordonnés,
- des actions clés programmées dans le temps,
- un outil de suivi.

- élaborer un plan marketing plus complet et détaillé, comportant :
 - une segmentation de clientèle,
 - une offre différenciée,
 - des canaux de distribution,
 - des orientations et des objectifs,
 - un plan d'action,
 - un plan de communication.

Aussi, la réussite d'un projet de bancassurance implique le développement d'une nouvelle culture d'entreprise, ce qui nécessite :

- de dresser l'état des lieux concernant le climat, la vision, les attitudes, et les comportements des opérations vis-à-vis de l'autre métier,
- d'établir un plan de communication et de formation interne dans le cadre d'un projet d'entreprise.

Comme toute activité commerciale, la modernisation des outils technologiques et de télécommunication améliorera certainement les services de bancassurance.

Pour réussir, la bancassurance doit être prise d'une manière pédagogique et sereine, notamment au niveau des produits à proposer, il faut commencer par les plus simples avant de développer les produits d'assurance qui nécessitent un savoir-faire particulier ou ceux qui répondent à une démarche complexe. Ces produits qui sont, généralement, destinés aux professionnels relèvent de la spécialité des intermédiaires traditionnels (agents généraux et courtiers).

Une alternative aux assurances commerciales classiques se trouve dans les assurances conformes à la loi islamique. L'exemple des assurances « takaful » initié par la société Salama Assurance est à encourager pour répondre à un besoin tant exprimé par les individus qui refusent l'assurance classique pour des considérations religieuses.

La participation constructive et active de tous les acteurs concernés par la bancassurance est impérative pour faire révéler la culture assurantielle en Algérie.

En effet, la qualité du service, la sécurité et la prévention des risques, le conseil, la transparence dans la tarification et dans la gestion des prestations en cas de survenance du sinistre... etc. ce sont des vecteurs constituant des conditions nécessaires pour développer la culture assurantielle en Algérie.

En fin, il appartient aux pouvoirs publics de mettre en œuvre un dispositif pour incorporer, dans les manuels scolaires, la matière d'éducation en assurance dans le but d'inculquer aux enfants la culture financière en générale et assurantielle en particulier dès leur jeune âge. Cette démarche collective contribue inévitablement à la promotion de la culture assurantielle.

Le développement de la bancassurance en Algérie passera sans doute par la révision de loi bancaire pour permettre aux banques, établissements financiers et assimilés d'être acteur à part entière dans l'activité d'assurance.

L'ouverture du capital des banques et compagnies d'assurances publiques à la participation minoritaire des groupes financiers étrangers est nécessaire afin de bénéficier de leur savoir-faire.

Comme, il est recommandé de procéder à l'allègement de certaines dispositions légales relatives à l'exercice de l'assurance par les banques à l'exemple de:

- Etendre la réduction de la marge de solvabilité qui est fixé à 15% à des normes acceptables à toutes les assurances de personnes (tout récemment, ⁽¹⁾ cette marge est ramenée à 4%, mais uniquement pour les produits : vie et décès, nuptialité-natalité et capitalisation.
- L'amélioration de la fiscalité en diminuant ou supprimant la taxe sur l'activité professionnelle(TAP) sur les contrats d'assurance de personnes qui est de 2%.
- Exonérer de l'IRG les revenus de l'assurance par capitalisation.
- Autoriser la souscription des contrats d'assurance, notamment vie, en devise étrangère, chose qui va permettre aux ressortissants algériens de rapatrier leurs argent et par conséquent faire bénéficier l'économie nationale.

Dans un proche avenir, la poste algérienne, forte de son réseau d'agences et de son implantation nationale, deviendra une banque, elle pourra aussi distribuer de l'assurance. L'activité de l'assurance devra s'élargir aussi aux grandes surfaces, voilà les nouveaux concurrents potentiels de bancassureurs. Lesquels concurrents viendront développer davantage l'activité d'assurance, permettront ainsi, de drainer l'épargne qui circule, jusque-là, en dehors du circuit bancaire.

(1) Décret exécutif n° 13-115 du 28 mars 2013 modifiant le décret exécutif n° 95-343 du 30 octobre 1995 relatif à la marge de solvabilité des sociétés d'assurance.

Bibliographie

I) Ouvrages et thèses

1	BADOC Michel « marketing management pour les sociétés financières », les éditions d'organisation, France, 2005.
2	BORDERIE Alain et LAFITTE Michel « la bancassurance stratégie et perspectives en France et en Europe », revue banque éditions, diffusée par les éditions d'organisation, France, 2004.
3	BOYER Robert « Une théorie du capitalisme est-elle possible ? », Ed. Odile Jacob, Paris, 2004.
4	COULIBAUET François et autres « les grands principes de l'assurance » 4 ^{ème} édition l'argus, Paris, 1999.
5	DANIEL Jean Pierre « la bancassurance : fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ? », édition de Verneuil, 1992, France.
6	DANIEL Jean-Pierre « les enjeux de la bancassurance », édition de Verneuil, Paris, 1994.
7	DE GRUYSE Bernard « monde changeant des assurances », cahiers financiers, Édition Larcier, Bruxelles/ Belgique, 2007.
8	DETRIE Jean Pierre et Autres « STRATEGOR », 2 ^e édition, inter-éditions, France 1993.
9	DUMOULIN Christiane et FLIPO Jean Pal « Entreprise des services facteurs clés de réussite », les éditions d'organisation France 1993.
10	GENETAY Nadege et MOLUNEUX Philip « bancassurance », Antony Rowe LTD, Chippenhans, Wilshire, Great Britain, 1998.
11	GILBERT Sleiman « les structures juridiques de bancassurance », thèse de doctorat en droit privé, FDSS/université de Poitiers, 2004.
12	GOSSOU Sylvestre : « la distribution de l'assurance par les banques : contribution à l'étude des assurances collectives », thèse de doctorat en droit privé, FDSS /Université de Poitiers/France, 2005.
13	HADI-NACER Abderrahmane Roustoumi « la réforme économique en Algérie », les cahiers de la réforme, volume n°4, éditions E.N.A.G, Alger, 2 ^{ème} Editions, 1990.
14	KARADZ Sim et TAYLOR Michael, «Towards a new global standard banking», Journal of Finance and Development, Volume 37 / Issue 04, December 2000.
15	KEREN Vered « la bancassurance », que sais-je, 1 ^{ère} édition, presse universitaire de France, 1997.
16	NAAS ABDELKRIM « Le système bancaire algérien ».Editions, INAS. Paris, 2003.
17	NAAS Abdelkrim le système bancaire algérien : de la décolonisation à l'économie de marché, Maisonneuve et Larose éditions, Paris, 2003.
18	NAGAOKA Yumi «Bancassurance in Japan - Where Are The Opportunities For Foreign Competitors? », SKU- DFMN, Japon, novembre 2005.
19	PHILIPPE Bernard & autre « Mesure et contrôle des risques de marché », Economica, Paris, 1996.
20	PLANES André « guide des assurances de l'entreprise » GUALIO éditeur, Paris, 1999.
21	SADEG Abdelkrim « système bancaire algérien : la réglementation relative aux banques et établissements financiers », les presses de l'imprimerie Ben Aknoun, Alger, 2005.
22	TALAHITE Fatima « réformes et transformations économiques en Algérie », rapport en vue de l'obtention du diplôme d'habilitation à diriger des recherches, Université Paris 13-Nord UFR des sciences économiques et de gestion, janvier 2010.
23	YEATMAN JEROME « Manuel International de l'Assurance » Economica, France 1998 (école nationale d'Assurance de Paris).

II) Articles

1	ABANE Mouloud « l'ère de la globalisation des services », revue algérienne des assurances, N°02, pp24-25.
2	B.NEDJMA « l'histoire contée de l'assurance algérienne » le mensuel de l'automobile, décembre 2000, N°5, p12.
3	BAIOD.A « présentation de la MAATEC » revue algérienne des assurances N°0 mai 1997, p28
4	BARKAT Mohamed.A « la culture assurantielle : une réalisation à l'effort commun » bulletin des assurances N°21/ CNA/ 4 ^{ème} trimestre 2012, pp5-6.
5	BARUA Abheek « bancassurance new concept catching up fast in india », the chartered accountant N° 1348, juin 2004, pp1-4.
6	BENARMAS Hafida « Transformation du statut de la CNMA-Banque : Naissance du Crédit Mutuel Rural », le financier du 04 décembre 2009
7	BENHAFSI Youcef « banque à quand le changement ? », partenaires N°15 de avril 2001, pp7-8.
8	BENOIST Gilles « la bancassurance : les nouveaux défis stratégiques », revue assurance et gestion des risques, HEC - Montréal, juillet 2002, pp193-206.
9	Benoit Martin « une brève présentation de la bancassurance », classement établi par la Tribune de l'Assurance, décembre 2009, Publié le 8 mars, 2010.

10	BONNARD Jérôme « Les conséquences des crises financières de 2008/2009 et 2011/2012 sur l'assurance. », halshs0655657, version1, janvier2012, pp3-10.
11	BOUCHACHIA Hassan « La bancassurance bute sur l'assurance-dommages », Édition N° 319 du 26/02/1998.
12	BOUCHAIB El Yefi « la Bancassurance marocaine : Ses atouts, ses enjeux et ses défis », la gazette, 13 janvier 2003.
13	BOUGHAZI Smail « Algérie: Une filiale assurance personnes avant la fin de l'année pour la cash », la tribune du 06 mars 2013.
14	BRAOUIET Christophe « l'avenir de la bancassurance à l'heure d'internet », banque stratégie N°185/septembre2001, pp23-24.
15	BURG Didier « La bancassurance fait un tabac en Chine », l'argus de l'assurance, 29 septembre 2006.
16	C.B « assurances automobiles : les remises bientôt plafonnées », IN le soir d'Algérie 14 juillet 2012.
17	CANNATA Roberto « la banque italienne : les rapports banque-assurance », banque magazine N°149-mai 1998, p22.
18	CHATIER KASTLER.C « perspectives de la bancassurance », Banque et stratégie N°129, juillet 1996, p18.
19	CHERIF Yahia " présentation de la CNMA", revue algérienne des assurances, N°0 mai 1997, pp26-27.
20	CHEVALIER Marjorie, LAUNAY Carole et MAINGY Bérangère « Analyse de la situation de la Bancassurance dans le monde », revue focus septembre 2005, p2.
21	CHOUITER.D « présentation de la CCR », revue algérienne des assurances N°0, mai 1997, p21.
22	DAGHEFLI. K « Un potentiel de 5 milliards de dollars qui échappe aux 23 compagnies », Horizons du 7 novembre 2012.
23	DAGHEFLI.K «bancassurance : la BNA lance en partenariat avec la CAAT son guichet pilote », horizon du mercredi 06 octobre 2010.
24	DANIEL Jean-Pierre « L'assurance islamique gagne du terrain », La Tribune de l'assurance - n° 111 - avril 2007.
25	DASSOULI Afifa « Bancassurance : les derniers chiffres d'un secteur en plein essor », la nouvelle tribune, 16 juillet 2007.
26	DE CUYPER Hans "Bancassurance Global to Local", Mayban Fortis, 11 juillet 2007, p5.
27	DELATTRE Eric « fusions bancaires : signal stratégique du nom », BANQUE magazine N° 637/juin2002, pp63-67.
28	DENOUN Nouredine « La bancassurance au Maroc, entre la loi bancaire et le code des assurances », L'Economiste du 13.02.2003.
29	DJAFRI.A « présentation de la CAAT », revue algérienne des assurances N° 0, mai 1997, p18.
30	DJEBAR Rachid et BELBEY Amel « présentation de la 2A », l'actuel international, magazine de l'économie et du partenariat international, mai 1999, pp42-44.
31	DJEBAR Rachid et BELBEY Amel « présentation de TRUST ALGERIA », l'actuel international, magazine de l'économie et du partenariat international, mai 1999, pp38-39
32	DJENDI Ali « présentation de la CAAR », revue algérienne des assurances N°0, 1997, p12.
33	DJEUDI Ali « UAR : présentation et perspectives », Revue Algérienne des Assurances Mai 1997 N° 0 U.A.R Algérie, P 5.
34	DUPIN Olivier et BURTIN Patrick « la bancassurance, rémunération des forces de vente : les modèles gagnants de demain », BANQUE stratégie N°251/septembre 2007, P 6.
35	FARES. N « banque indispensable reforme », partenaire N°6 du mai 2000 pp11-12.
36	FENELON Sara et autres « la bancassurance dans le monde », Newsletters techniques SCOR, février, 2003.
37	FIDEL Erik « l'assurance, une opportunité pour les banque américaines », banque stratégie N°129, juillet-août 1996, pp28-29.
38	FORTIN Daniel « De la crise des subprimes aux Etats-Unis à la récession internationale: décryptage, impacts et perspectives », Delphes, décembre 2008.
39	GEANDBASTIEN Charlotte « bancassurance : to be or not to be client centric », banque strategie N°251/septembre,2007.
40	GONZALEZAS Daniel « évolution de la part de marché des bancassureurs », banque stratégie N°122, décembre 1995, pp2-4.
41	HADDOUCHE Hassan « assurances de personnes : les nouvelles compagnies affichent leurs ambitions », le soir d'Algérie du mercredi 03 octobre 2012.
42	HADDOUCHE Hassan " La bancassurance contrariée de l'économie algérienne", liberté, 11 aout 2012
43	HAMIDA.B « Evolution du marché assurances contre les catastrophes naturelles depuis 2010 : Plus de 10% des algériens assurés » EL MOUDJAHID du 30/07/2012.
44	HOSNI Amina et autres « le secteur bancaire: Un secteur incontournable du paysage boursier tunisien », revue de MAXULA BOURSE, Tunisie, décembre 2011, pp78-93.
45	KACI MOUSSA « présentation de la SAA », revue algérienne des assurances N° 0, Mai 1997, p14
46	KARUNAGARAN.A « Bancassurance : a feasible strategy for banks in India ? » Occasional Papers Vol. 27, No. 3, Winter 2006, pp5-9.
47	KEFI Walid « banque et assurance, décollage difficile de la bancassurance », la revue : Les Afriques, 31 /10 /2010.
48	KRUGMAN Paul « les banques sont devenues folles » journal New York Times, 24 novembre 2007.

49	LEIBUNDGUT Brice « la bancassurance vie un axe d'épargne privilégié », banque magazine N°622/février 2001, pp30-31.
50	LEROUGE Patrice "la maturité de la bancassurance", banque stratégie N°182, mai2001, pp10-13.
51	LIOLIAKIS Nicolas " convergence banque –assurance : les jeux ne sont pas faits", banque magazine N°655, février 2004, pp32-34.
52	MARCHAIS Dominique « le cadre légal et règlementaire des banques britanniques », la revue banque, N°575-novembre 1996, pp23-25.
53	MICHAUD Pierre " assureurs et banquier: bâtir une relation au service du client", banque stratégie N°129/juillet-aout 1996, pp26-27.
54	NDYAE Bassine « résultats des compagnies d'assurance, le secteur a connu mieux », la revue challenge du 12au18juin2010, p62 et p63.
55	NIGH John.O « Bancassurance in Latin America », EMPHASIS, 2000/1, pp6-9
56	NOUPOE Joseph Pagop « le cadre législatif et règlementaire bancaire algérien », banque stratégie, N°245, février 2007, pp22-24.
57	PIERRARD Jean –Michel « banque et assurance: quelles convergences technologiques? », banque stratégie N°129/juillet-aout 1996, pp10-13.
58	PONTBRIAND Gaël « la bancassurance et la restructuration du secteur financier », banque stratégie N°147/mars1998, pp2-6.
59	R. E «mettre fin au contentieux sur les assurances », liberté du 08 mars 2008.
60	REGIMBAL Louis « Bancassurance au Canada : Quelles leçons tirer de l'expérience française? Quelles opportunités pour exploiter davantage le modèle de bancassurance? », focus Services Financiers, SECOR Conseil, n°02, automne 2009, p1.
61	SABLE Jean-Pierre « Bancassurance au Canada : Quelles leçons tirer de l'expérience française? Quelles opportunités pour exploiter davantage le modèle de bancassurance? », focus Services Financiers, SECOR Conseil, n°02, automne 2009, p2.
62	SAÏDANE Dhafer « les deux modèles de la bancassurance », la revue : l'expansion, samedi 7juin2007. P07.
63	SALAMA Amine « 1,99 milliards DA à la CNR », Midi Libre du 24 avril 2010.
64	SASPORTAS Olivier « Le modèle de la bancassurance s'affirme en Chine », L'AGEFI Quotidien, 14 septembre2010.
65	SEBA Mohamed « pour une imagination plus fertile », partenaire N°16-mai2001, p14.
66	SLIMANI M.A. « présentation de la CAGEX », revue algérienne des assurances N° 0 Mai 1997 PP 22- 25.
67	SOUFLIM « la CIAR, l'autre assurance », l'actuel international, mai 1999, pp34-36.
68	TLILIH « La Bancassurance et l'assurance vie : toutes les chances pour réussir, qu'en disent les acteurs ? », revue : Africain Manager du 13/04/2009.pp20-25.
69	TRAINAR Philippe « La bancassurance : généralisation ou déclin du modèle ? », SCOR Papers N°2, août 2008, p6.
70	VALIN Gérard « Bancassurance européenne et réseaux postaux face aux nouvelles exigences de la gouvernance patrimoniale et sociale », banque stratégie N°251, pp16-25.
71	VETTORI.G"Les économies d'échelle: Du concept à l'application, le secteur bancaire suisse", Cahiers de recherche HEC Genève N°2000.21, 2000.
72	WALLERICH Denis et autres « Bancassurance », la revue FOCUS, octobre 2005.
73	WARTH Wolfgang. P et LE DEROF Valérie « l'état de la bancassurance en Europe », revue banque N°577-janvier 1997, pp42-45.
74	WOLF Ernest « la législation antitrust des Etats-Unis et ses effets internationaux, Revue internationale de droit comparé, Volume 2, 1950, pp 440-477.
75	YAHYAOUI Thami « les code des assurances, principales nouveautés », ALMALIYA, revue trimestriel du MFP « secteur financier », N°2 octobre 2005, p 73.
76	أحمد الزقاصطفي " عقد التأمين وموقف الشريعة الإسلامية منه" ، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1987
77	أبو زهرة محمد «استفسارات»، مجلة الاقتصاد الإسلامي بنك دبي السلامي، 1982، صص445-64
78	الساعاتي عبد الرحيم الحميد " هل التأمين الإسلامي المركب تأمين تعاوني أم تجاري؟" مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد الإسلامي، العربية السعودية، 2009، صص190-191.
79	العلبان شوكت " التأمين في الشريعة والقانون" ، دار الرشيد للنشر، الرياض، 1989 العليان
80	بن إبراهيم الثنيان سليمان بن إبراهيم الثنيان «حقيقة شركات التأمين»، مجلة البيان، لندن، 1999
81	جبر محمد سلامة "حكم التأمين في الشريعة الإسلامية" ، شركة الشروق للنشر، السعودية، 1982
82	حامد حسان حسين «حكم الشريعة الإسلامية في عقود التأمين"، دار الاعتصام ، القاهرة، 1989

III) Textes de lois

1	Arrêté du 02 décembre 2010 portant agrément de la MAATEC (JO N°3 du 16 janvier 2011).
2	Arrêté du 02 novembre 2011 portant l'agrément de la société « AXA Algérie Assurance Vie-SPA » (JO N°21 du 11 avril 2012).
3	Arrêté du 03 octobre 2011 portant l'agrément de la société « AXA Algérie Assurance Dommage-SPA » (JO N°21 du 11 avril 2012).
4	Arrêté du 05 janvier 2012 portant l'agrément de la société d'assurance « le mutualiste », société à forme mutuelle (JO N°44 du 29 juillet 2012).
5	Arrêté du 06 avril 1998 (JO N°31 du 17 mai 1998) modifié par l'arrêté du 29 mai 2005 (JO N°77 du 30 novembre 2005) portant agrément de la compagnie centrale de réassurance(CCR).
6	Arrêté du 09 mars 2011 portant agrément de taamine life assurance SPA(TALA) (JO N°23 du 17 avril 2011).
7	Arrêté du 09 mars 2011 portant création de la CAARAMA assurance SPA (JO N°23 du 17 avril 2011).
8	Arrêté du 10 mars 2011 portant création de la société d'assurance de prévoyance et de santé (SAPS) (JO N°23 du 17 avril 2011).
9	Arrêté du 11 août 2011 portant l'agrément de la MACIR -vie (JO N°56 du 16 octobre 2011).
10	Arrêté du 11 octobre 2006 portant l'agrément de la société « CARDIF EL-DJAZAIR » (JO N°77 du 02 décembre 2006).
11	Arrêté du 14 juillet 2011 (JO N°56 du 16 octobre 2011) modifiant l'arrêté du 6 novembre 2000 portant agrément de la caisse nationale de mutualité agricole (CNMA).
12	Arrêté du 14 juillet 2011 modifiant l'arrêté du 02 juillet 2006 portant l'agrément de la société « Salama Assurances et celui du 20 mars 2000 portant agrément de la société « Al Baraka oua Al Amane» (JO N°56 du 16 octobre 2011).
13	Arrêté du 14 juillet 2011 modifiant l'arrêté du 08 juillet 2001 portant l'agrément de la société « Générale d'assurance méditerranéenne» (JO N°56 du 16 octobre 2011).
14	Arrêté du 14 juillet 2011 modifiant l'arrêté du 30 juillet 2005 portant l'agrément de la société « alliance assurances » (JO N°56 du 16 octobre 2011).
15	Arrêté du 14 juillet 2011 modifiant l'arrêté du 5 août 1998 portant l'agrément de la 2A (JO N°56 du 16 octobre 2011).
16	Arrêté du 14 juillet 2011 modifiant l'arrêté du 18 novembre 1997 portant création de la société TRUST ALGERIA d'assurance et de réassurance (JO N°56 du 16 octobre 2011).
17	Arrêté du 18 juillet portant agrément de la compagnie d'assurance des hydrocarbures (CASH) (JO N°56 du 16 octobre 1999) modifié par l'arrêté du 29 mai 2005 (JO N°77 du 30 novembre 2005).
18	Arrêté du 18 mai 1999 portant agrément de la société de garantie du crédit immobilier(SGCI) (JO N°41 du 27 juin 1999). Voir aussi, le site de la SGCI
19	Arrêté du 20 février 2008 (art.2), concernant le taux maximum de participation d'une banque ou d'un établissement financier dans le capital social d'une société d'assurance et/ou de réassurance.
20	Arrêté du 29 mai 2005 modifiant l'arrêté du 5 août 2005 portant l'agrément de la CIAR (JO N°77 du 30 novembre 2005).
21	Arrêté ministériel N° 228 du 21 Mai 1975 portant réorganisation et l'exploitation du marché de l'Assurance.
22	Arrêté N°60 du 6 août 2007 fixant les produits d'assurance autorisés à distribuer par les banques ainsi que le niveau maximum de commission.
23	Article 143 de la loi 90-10.
24	Article 1 ^{er} de l'ordonnance 03-12 du 26/08/2003 (JORA n°52 de 2003) relative à l'obligation d'assurance des catastrophes naturelles et à l'indemnisation des victimes et ses textes d'application : décrets exécutifs 04-268 à 04-272 (JORA n°55 de 2004).
25	Article 2 Alinéa 4-5 de décret exécutif N° 95 – 338 du 30 octobre 1995 relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurances.
26	Article 2 alinéa 1.3, et 1-5-5 de décret exécutif N° 95 – 338 du 30 octobre 1995 relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurances.
27	Article 209 de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée
28	Article 214, ord. 95-07, modifié par l'art. 33 L. 06-04.
29	Article 228 de l'ordonnance N°95-07 modifiée et complétée
30	Article 252 de l'ordonnance N°95-07 modifiée et complétée.
31	Article 261 bis (ajouté par l'article 55 de loi 06/04).
32	Article 4 du décret exécutif 07-153.
33	Article 59 de l'ordonnance N° 95-07(Ajouté par l'art. 8 de la loi 06-04).
34	Article 6 du décret exécutif 07-153.
35	Article 619 du code civil algérien.
36	Article 3 du décret exécutif 07-153.

37	Articles 60- 91 de l'ordonnance 95-07 modifiée et complétée.
38	Articles: 253, 258, 259, 260, 261,262 de l'Ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995.
39	Articles: 124, 66, 136, 138 et 140 du code civil, ainsi que les articles 56-59 de l'ordonnance 95/07.
40	Articles: 151-162 de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée.
41	Articles: 163- 173 de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée.
42	Articles: 44-48(assurances contre l'incendie et risques accessoires) de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée.
43	Articles: 44-49 (incendie et risque divers) et article 191-191(responsabilité civile automobile) de l'ordonnance 95/07.
44	Articles: 49-51(assurances contre mortalité des animaux et articles 186-189 (responsabilité civile chasse) de l'ordonnance 95/07.
45	Articles: 52- 54 de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée.
46	Articles: 62, 63, 64 et 67 de l'ordonnance 95-07 modifiée et complétée.
47	Articles: 93-150 de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée.
48	Convention N°1/2008 portant distribution des produits d'assurance signée entre la BADR et la SAA.
49	Décision N°02-04 du 23 septembre 2002 portant l'agrément de la BEA.
50	Décret 85/82 d'avril 1985, portant la naissance de la CAAT.
51	Décret d'application N° 07-153 (art.7, 8 et 9).
52	Décret exécutif N° 07-153, dans ses articles 5, 6 et 7 portant, respectivement : la convention de distribution-type des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés
53	Décret exécutif n° 08-113 du 9 avril 2008, précisant les missions de la commission de supervision des assurances. (J.O. n° 20 du 13 avril 2008).
54	Décret exécutif n° 09-375 du 16 novembre 2009 modifiant et complétant le décret exécutif n° 95-344 du 30 octobre 1995 relatif au capital minimum des sociétés d'assurance.JO n° 67 du 19 novembre 2009
55	Décret exécutif n° 13-114 du 28 mars 2013 relatif aux engagements réglementés des sociétés d'assurance et/ou de réassurance (J.O.R.A n°18 du 31 mars 2013).
56	Décret exécutif N° 13-115 du 28 mars 2013 modifiant le décret exécutif n° 95-343 du 30 octobre 1995 relatif à la marge de solvabilité des sociétés d'assurance.(JORA N°18 du 31 mars 2013).
57	Décret exécutif n° 95-338 du 30 octobre 1995, relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurance, (J.O. n° 65 du 31 octobre 1995) modifié et complété par le décret exécutif n°02-293 du 10 septembre 2002. (J.O. n° 61 du 11 septembre 2002).
58	Décret exécutif n° 95-339 du 30 Octobre 1995, portant ; attributions, composition, organisation et fonctionnement du Conseil national des assurances (J.O. n° 65 du 31 Octobre 1995), modifié et complété par le décret exécutif n°07-137 du 19 mai 2007. (J.O n° 33 du 20 mai 2007).
59	Décret exécutif N° 95-340 du 30 octobre 95 concernant l'agrément des intermédiaires d'assurances, et le décret exécutif N° 95-341 du 30 octobre 1995 fixant le statut de l'agent général.
60	Décret exécutif n° 95-342 du 30 octobre 1995 relatif aux engagements réglementés. (J.O. n° 65 du 31 octobre 1995), suivi de l'arrêté du 02 octobre 1996 modifié et complété par l'arrêté du 07 janvier 2002.
61	Décret exécutif n° 95-344 du 30 octobre 1995 relatif au capital social minimum des sociétés d'assurances (J.O. n° 65 du 31 octobre 1995), modifié et complété par le décret exécutif n° 09-375 du 16 novembre 2009 (J.O. n° 67 du 19 Novembre 2009).
62	Décret exécutif n°07-153 du 22 mai 2007 fixant les modalités et conditions de distribution des produits d'assurance par les banques établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution
63	Décret n° 88 –162 du 9 Août 1988 ratifiant la convention Algéro-libyenne du 19 juin 1888 portant la création de la banque mixte BAMIC.
64	Décret N° 95-97 du 1er avril 1995 autorisant la CNMA à pratiquer les opérations de banque et de crédit
65	J.O.R.A. N° 15 du 12 mars 2006, J.O.R.A N° 27 du 26 avril 2006, J.O.R.A N°85 du 27 décembre 2006, J.O.R.A N° 42 du 27 juillet 2008, J.O.R.A N° 49 du 29 Aout 2010 et J.O.R.A N°40 du 20 Juillet 2011.
66	Loi 88 /01 du 22/01/1988 relative à l'autonomie des entreprises économiques
67	Loi 06/04 du 26 fevrier2006 relative aux assurances, modifiant et complétant l'ordonnance 95-07.
68	Loi 60/441 du 13 décembre 1962.
69	Loi 63/197 du 08 juillet 1963 relative aux assurances.
70	loi 80/07 du 09 août 1980(JON° 33 du 12 Août 1980).
71	Loi 90/10 relative à la monnaie et au crédit.
72	Loi bancaire du 9 août 1986 définit le cadre juridique commun à l'activité et à l'établissement de crédit quel que soit son statut légal.
73	Loi de finances pour 2007, la loi de finances complémentaire pour 2008, la loi de finances complémentaire pour 2010, la loi de finances complémentaire pour 2011.

74	Loi du 22/01/1988, adopte le statut des établissements de crédit conformément à l'autonomie des entreprises publiques.
75	Loi N° 17-99 du 03 Octobre 2002 portant code marocain des assurances.
76	Loi N° 1-93-147 du 6 juillet 1993 relative à l'exercice de l'activité des établissements de crédits et de leur contrôle (loi bancaire marocaine).
77	Loi N°2002-37 du 1er avril 2002 relative aux assurances en Tunisie.
78	Loi N°2003-80 du 29 décembre 2003 relative aux assurances en Tunisie.
79	Ordonnance 72/64 du 12 décembre 1972.
80	Ordonnance n° 66-127 du 27 mai 1966 instituant le monopole de l'Etat sur les opérations d'assurances.
81	Ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances modifiée et complétée et ses textes d'application.
82	Ordonnance n°03-11 du 26 août 2003 relative à monnaie et au crédit.
83	Ordonnance n°03-12 du 26 août 2003 relative à l'obligation d'assurance des catastrophes naturelles et à l'indemnisation des victimes.
84	Ordonnance N°12-02 du 13 février 2012 modifiant et complétant la loi N°05-01 du 6 février 2005 relative à la prévention et à la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.
85	Règlement N°05-02 du 05 mars 2005 modifiant et complétant le règlement N°95-01 du 28 février 1995 portant dérogation en faveur de la caisse nationale de la mutualité agricole « CNMA » pour effectuer des opérations de banque.

IV) Séminaires

1	ASSAD Rachid « Atouts et faiblesses de la Bancassurance. », séminaire sur l'intermédiation en assurance, faculté de droit de Casablanca, le samedi 14 février 2009.
2	BARKAT Mohamed El-Amine « Assurance et Islam », Contribution à la conférence – table ronde Assurance vie et société, CNA, 15/06/2005.
3	BENARBIA Mohamed « Les perspectives de développement de l'industrie des assurances en Algérie et les réformes nécessaires pour promouvoir ses capacités concurrentielles », Colloque international, Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion, Université Ferhat Abbas, 25-26 avril 2011.
4	BENILLES Billel « l'évolution du secteur algérien des assurances », colloque international sur les sociétés d'assurance takaful et les sociétés d'assurances traditionnelles entre la théorie et la pratique, université Ferhat Abbas Sétif, 25 et 26 avril 2011, p8.
5	BENILLES Billel, Les sociétés d'Assurances takaful et les sociétés d'assurances traditionnelles entre la théorie et l'expérience pratique, colloque international, faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion, Université Ferhat Abbas, 25-26 avril 2011.
6	BENKHADA Elias « bancatakaful, une première en Algérie », forum algérien de la finance islamique, troisième édition, Alger le 8 et 9 novembre 2010.
7	BERNIER Gilles, Rencontre du RCAQ Québec, le 12 janvier 2006, "la bancassurance au Canada : mythe ou réalité, menace ou opportunité", rencontre de RCAQ, Québec, 12 janvier 2006.
8	DENNOUN Nouredine « A qui profite la bancassurance », séminaire sur l'intermédiation en assurance, faculté de droit de Casablanca, le samedi 14 février 2009.
9	FELI Moncef « Bancassurance ! Sommes-nous sur le bon chemin », séminaire organisé par l'ESB 15 et 16 Mars 2003, p3.
10	KAH BOON Lim et autres « user acceptance of bancassurance in malaysia », international conference of management, economics and finance, 15 et 16 octobre 2012, hilton hotel, kuching, sarawak, Malaysia, pp1-9
11	LANGLAUME Patrice Michel « la distribution des produits d'assurance par les banques et les établissements financiers », séminaire organisé par UAR/INSAG, jeudi 10 février 2008
12	LEZOUZ Mohamed « La situation actuelle du secteur des Assurances en Algérie, quelles sont les alternatives ? » Colloque international, Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion, Université Ferhat Abbas, 25-26 avril 2011.
13	MOUMNY Kamal « point de vue d'un chercheur universitaire sur l'évolution de la bancassurance au Maroc », séminaire sur l'intermédiation en assurance, faculté de droit de Casablanca, le samedi 14 février 2009.
14	ROMAIN Jean-François « bancassurfinance, actes du colloque du 3 juin 1999 organisé par l'association européenne pour le droit bancaire et financier-Belgium(AEDBF), p186.
15	WHITE MICHAEL. D « bancassurance in the USA and abroad », Proceedings of the 2nd international life insurance conference "marketing peace of mind," London, England, mars 1990, pp1-12.
16	عبد المجيد قدي "النظام المصرفي الجزائري أمام التحديات العالمية المعاصرة"، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة العلوم التطبيقية الخاصة تحت عنوان "إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة" 27 - 29 أبريل 2009، الأردن.

V) Entretiens

1	Entretien avec la responsable régionale de la bancassurance à la BNP PARIS-BAS, limoges/France, 15 octobre 2007.
2	Entretien avec le directeur de l'UAR en date du 08 décembre 2010.
3	Entretien avec le responsable de la bancassurance à la CNEP-Bank en date du 26/12/2010.
4	Entretien avec le responsable de la CARDIF –Algérie en date du 06/01/2011.
5	Entretien avec le responsable de la bancassurance à la BEA en date du 03/05/2012.
6	Entretien avec le responsable de la bancassurance à la BADR en date du 25/04/2012.
7	Entretien avec le responsable de la bancassurance à la BNA en date du 25/04/2012.
8	Entretien avec le responsable des assurances-vie à la MACIR en date du 28/02/2013.

VI) Bulletins d'information et rapports d'activités

1	Bulletin statistique trimestriel N°13 Mai 2011, p19.
2	Dernier recensement de l'ONS (au premier janvier 2013).
3	Note de conjoncture 2010.
4	Note de conjoncture des assurances au 31/12/2012
5	Note de conjoncture du marché des assurances 4ème trimestre 2012, CNA, p8.
6	Notes de conjoncture 2011.
7	Notes de conjoncture 2012.
8	Rapport d'activité des assurances algériennes 2009, direction des assurances, ministère des finances.
9	Rapport du F E M I "Convergence of banking sector regulations and its impact on bank Performances and growth: the case for Algeria, Egypt, Morocco and Tunisia", Juliet 2011.
10	Rapport du FMI, « les perspectives économiques de la région du Moyen-Orient et l'Afrique du nord», Washington, 21 avril 2012.
11	Rapport sur l'évolution économique et monétaire en Algérie pour 2010, Banque d'Algérie, (paru en août 2011).
12	Rapports d'activité d'assurances 1993.
13	Rapports d'activité d'assurances 1996.
14	Rapports d'activité d'assurances 2002.
15	Rapports d'activité d'assurances 2003.
16	Rapports d'activité d'assurances 2004.
17	Rapports d'activité d'assurances 2005.
18	Rapports d'activité d'assurances 2006.
19	Rapports d'activité d'assurances 2007.
20	Rapports d'activité d'assurances 2009.
21	Swiss Re, 2012 Financial Report, p19.
22	Swiss Re, Sigma N°3/2012. « l'assurance dans le monde en 2011 ».

VII) Sites web

1	www.arabbank.dz
2	www.arableasing-dz.com
3	www.bank-of-algeria.dz .
4	www.cna.dz
5	www.mlaleasing.com
6	www.srh-dz.org
7	www.2a.dz .
8	www.ag-bank.com

9	www.agefi.fr
10	www.albaraka-bank.com
11	www.algeria.hsbc.com
12	www.algerieassurance.com
13	www.algerie-focus
14	www.allianceassurances.com.dz
15	www.arabbanking.com.dz
16	www.badr-bank.dz
17	www.bamic-dz.com
18	www.bancsabadell.com
19	www.bdl.dz
20	www.bea.dz
21	www.bgpi.com
22	www.bledco.com
23	www.bna.dz
24	www.bnpparibas.dz
25	www.bnpparibascardif.com
26	www.caar.com.dz
27	www.caat.dz
28	www.cagex.dz
29	www.cash-assur.com
30	www.ccr.dz
31	www.cetelem.com
32	www.cic.fr
33	www.cnepbanque.dz
34	www.cnma.dz
35	www.cpa-bank.dz
36	www.fortisbank.com
37	www.fransabank.com
38	www.housingbankdz.com
39	www.laciar.com
40	www.maatec.dz
41	www.natixis.com
42	www.ons.dz
43	www.poste.dz
44	www.saa.dz
45	www.salama-assurances.dz
46	www.sgci.dz
47	www.snl.dz
48	www.societegenerale.dz
49	www.sofinance.dz
50	www.trust-bank-algeria.com

Tables des matières

Remerciements et dédicaces.....	02
Résumé en langue française.....	03
Résumé en langue arabe.....	03
Sommaire.....	04
Liste des tableaux.....	05
Liste des figures.....	05
Introduction	06
<u>Premier chapitre : Le cadre conceptuel de la bancassurance.....</u>	11
Section 01 : Définition de la bancassurance et son évolution.....	11
1-1) Définitions.....	12
1-2) Evolution de la bancassurance.....	14
1-3) Les objectifs de la bancassurance.....	27
1-4) Les modèles de la bancassurance.....	20
Section 02 : Rapprochement des deux activités	23
2-1) Les similitudes et les différences entre la banque et l'assurance.....	24
2-2) Les interférences entre les banques et les assurances.....	25
2-3) Complémentarités du cycle financier	27
2-4) Sensibilité complémentaire aux taux d'intérêt.....	28
2-5) L'économie d'échelle et l'économie de gamme.....	29
2-6) Partage d'un même marché.....	30
Section 03: Avantages tirés par les différents intervenants en bancassurance...31	31
3-1) Les avantages pour l'assureur	31
3-2) Les avantages pour la banque.....	32
3-3) Les avantages pour le consommateur.....	33
3-4) Les avantages pour l'Etat.....	34
Section 04: Les facteurs clés de succès de la bancassurance.....	35
4-1) La réglementation.....	36
4-2) L'image sur le marché.....	37
4-3) Un management commercial intégré.....	38
4-4) L'animation commerciale.....	39
4-5) La formation.....	40
4-6) La rémunération de la force de vente.....	40
4-7) Les caractéristiques des produits développés.....	41
4-8) Le modèle retenu pour créer la bancassurance.....	42
4-9) Le comportement des consommateurs.....	42
4-10) Taux de pénétration de l'assurance.....	42
4-11) Répondre aux attentes des clients.....	43

Section 05 : Difficultés et limites de la bancassurance.....	43
5-1) Un savoir-faire particulier.....	43
5-2) Des règles de commercialité différentes.....	44
5-3) Deux cibles de clientèle différentes.....	44
5-4) Deux approches du risque différentes.....	45
5-5) Obligations du secret professionnel.....	45
Conclusion du premier chapitre	46
<u>Deuxième chapitre : La bancassurance dans le monde</u>	47
Section 01 : La bancassurance en Europe.....	47
1-1) Genèse de la bancassurance en Europe.....	47
1-2) Les différents modèles et produits de la bancassurance en Europe.....	54
1-3) Le succès de la bancassurance en Europe.....	57
Section 02 : La bancassurance en Asie.....	59
2-1) Genèse de la bancassurance en Asie.....	59
2-2) Les différents modèles et produits de la bancassurance en Asie.....	63
2-3) Perspectives et limites de la bancassurance en Asie.....	66
Section 03 : La bancassurance en Amérique.....	68
3-1) Genèse de la bancassurance en Amérique.....	68
3-2) Les différents modèles et produits de la bancassurance en Amérique.....	73
3-3) Perspectives de la bancassurance en Amérique.....	73
Section 04 : La bancassurance au Maroc.....	75
4-1) Genèse de la bancassurance au Maroc.....	75
4-2) Les différents modèles et les produits de la bancassurance au Maroc.....	81
4-3) Les perspectives de la bancassurance au Maroc.....	83
Section 05 : La bancassurance en Tunisie.....	84
5-1) Genèse de la bancassurance en Tunisie	84
5-2) Les produits et les modèles de la bancassurance en Tunisie.....	85
5-3) Perspectives de la bancassurance en Tunisie.....	87
Conclusion du deuxième chapitre.....	89

<u>Troisième chapitre : L’environnement bancaire et financier algérien</u>	90
Section 01 : La formation et l'évolution du système bancaire algérien.....	90
1-1) Evolution de la réglementation bancaire en Algérie.....	91
1-2) Evolution du système bancaire algérien.....	91
Section 02 : Le paysage bancaire algérien.....	102
2-1) Les banques	102
2-2) Les établissements financiers.....	110
2-3) Les bureaux de liaison	115
Section 03 : Evolution de l’activité des banques et établissements financiers en Algérie.....	117
3-1) Activité des banques	117
3-2) Activité des établissements financiers	121
3-3) Analyse globale de l’activité bancaire et financière en Algérie.....	121
Section 04: Les produits d’assurance pouvant être distribués par les banques.....	122
4-1) Branches d’assurance de personnes.....	122
4-2) Assurance dommages.....	124
4-3) Crédit et cautions	125
Section 05 : Système bancaire algérien face aux défis contemporains	125
5-1) Les défis du système bancaire mondial.....	126
5-2) Les défis du système bancaire algérien.....	129
5-3) Evaluation du système bancaire algérien.....	131
Conclusion du troisième chapitre.....	133
<u>Quatrième chapitre : Etats et tendances de l’assurance algérienne</u>	134
Section 01 : Historique de l’assurance en Algérie.....	135
1-1) La période de 1962 à 1988	135
1-2) La période 1988-1995	137
1-3) La période de 1995 à nos jours	138
Section 02 : Les acteurs du marché des assurances en Algérie.....	140
2-1) Le réseau de distribution.....	140
2-2) Les institutions en charge des assurances.....	142
2-3) Présentation des différentes sociétés d’assurance en Algérie.....	147

Section 03 : Les assurances de biens et de responsabilité en Algérie.....	161
3-1) Les assurances de biens et de responsabilité destinée aux particuliers...	162
3-2) Les produits d'assurance de biens et de responsabilité destinés aux Professionnels.....	167
Section 04 : Les assurances de personnes en Algérie.....	174
4-1 Les assurances de personnes destinées aux particuliers.....	174
4-2) Les assurances de personnes proposées aux entreprises	177
Section 05 : Marché des assurances en Algérie.....	180
5-1) Caractéristiques générales du marché.....	180
5-2) La position du marché de l'assurance dans le système financier algérien.....	181
5-3) Le secteur des assurances à la lumière des réformes économiques Adoptées par l'Algérie.....	182
5-4) Le rôle de l'assurance dans l'économie : contraintes et perspectives.....	187
Conclusion du quatrième chapitre.....	193

Cinquième chapitre : Analyse et perspectives de la bancassurance en Algérie.....195

Section 01 : La réglementation régissant la bancassurance en Algérie.....	196
1-1) Les textes de lois, décrets et arrêtés	196
1-2) Conditions et dispositions de la bancassurance	197
1-3) Le contrôle relatif à la distribution de l'assurance par les banques.....	200
Section 02 : modèles et stratégies de développement de la bancassurance en Algérie.....	200
2-1) Le modèle retenu par les bancassureurs algériens.....	200
2-2) La Formation.....	201
2-3) L'émergence et développement de la bancassurance en Algérie.....	202
Section 03 : Evaluation de l'expérience de la bancassurance en Algérie.....	205
3-1) Objectifs de la bancassurance en Algérie.....	206
3-2) Les produits.....	206
3-3) Nature de la concurrence du marché de la bancassurance en Algérie...	208
3-4) L'impact de la bancassurance sur les assurances de personnes.....	209

Section 04 : Les Enjeux de la bancassurance en Algérie.....	211
4-1) Les contraintes de la bancassurance.....	212
4-2) Les enjeux de la bancassurance pour la banque.....	213
4-3) Les enjeux de la bancassurance pour les compagnies d'assurance.....	215
4-4) Les enjeux de la bancassurance pour les clients.....	216
4-5) Les enjeux macroéconomiques de la bancassurance.....	222
Section 05 : Les perspectives de la bancassurance en Algérie.....	225
5-1) Taux de pénétration et densité de l'assurance.....	226
5-2) Améliorer le cadre juridique de la bancassurance.....	227
5-3) La recherche des synergies.....	227
5-4) Promouvoir la culture assurantielle.....	229
5-5) La bancassurance dans les banques islamiques	230
5-6) L'Assurbanque.....	232
Conclusion du cinquième chapitre.....	233
Conclusion générale	234
Bibliographie.....	241
Table des matières.....	249
Annexes.....	254

Annexes

Annexe N°01 : questionnaire destiné aux responsables des banques et compagnies d'assurance

Monsieur : GUENANE Brahim

Alger, le

Doctorant à l'école supérieure de commerce d'Alger

Monsieur, Madame, le (la) responsable de la bancassurance à.....

Dans le cadre de mon projet de doctorat en science de gestion, portant sur « **enjeux et perspectives de la bancassurance en Algérie** », j'ai l'honneur de solliciter de votre haute de bien vouloir contribuer à la réalisation de mon étude, en répondant aux questions ci-après.

Je tiens à vous rassurer de la confidentialité de vos réponses et de leur usage à des fins, exclusivement, scientifiques.

Fiche signalétique :

Nom et prénom du responsable :

Poste occupé :

la raison sociale et coordonnées de la boîte :

Date et lieu de l'entretien :

1) **Selon vous, la bancassurance est une caractéristique de la stratégie de la banque ou bien celle de la société d'assurance ? ou bien elle correspond à des ententes réciproques et équilibrées ?**.....
.....

2) **Quels modèles de bancassurance adoptés par votre entreprise ?**

Accord de distribution (intermédiation) ?

Joint-venture (association) ?

Intégration complète (création d'une filiale) ?

3) **Dans le cas où vous optez pour des alliances (partenariat) se serait :**

prise de participations minoritaires,

prise de participations majoritaires.

4) **En vous lançant dans la bancassurance, quels objectifs fixez-vous ?**

Objectifs commerciaux ;

Objectifs structurels- si c'est structurel, lesquels :

La prise de participation minoritaire ;

Création ou acquisition d'une filiale ;

Construire un conglomérat financier.

- 5) **La réglementation Algérienne favorise-t-elle le développement de la bancassurance ? ou au contraire, constitue t- elle un frein ?**.....
- 6) **A travers la bancassurance, envisagez-vous une intégration faible(accord commerciaux) ou plutôt une intégration totale(création de structures communes) ?**.....
- 7) **En vous lançant dans la bancassurance que cherche votre compagnie à réaliser ?**
- la recherche de la productivité par l'optimisation de la structure existante et par le développement des offres aux clients,
 - un développement interne en créant une nouvelle société ou bien en acquérant une société existante.
- 8) **Quels avantages tirez –vous de la bancassurance ?**
- Atteindre des clients jusqu'ici difficile d'accès,
 - Varier les modes de distribution afin de limiter les risques,
 - Bénéficier de la bonne image que l'on témoigne généralement aux banques,
 - Réduire le coût de distribution, puisque le réseau bancaire est mieux exploiter et bénéficier d'économie de coût, donc de proposer des produits à des prix compétitifs,
 - S'implanter rapidement sur un marché nouveau,
 - Optimiser des ressources humaines,
 - Créer un nouveau flux de revenu, notamment après la désintermédiation connue depuis les années90.
 - Avoir plus d'attractivité à travers la gamme diversifiée et complète de produits et donc plus de satisfaction et de fidélisation de vos clients.
 - Réduire le coût de distribution, du fait d'utiliser le même réseau pour distribuer tous les produits,
 - Renforcer votre position concurrentielle,
 - Le consommateur a une accessibilité plus grande à tous les services financiers,
 - Les consommateurs obtiennent des réponses simples à l'ensemble de leurs besoins financiers en un point de vente unique.
 - Le coût de distribution étant réduit, le client peut bénéficier des produits d'assurance et même des produits bancaires à des prix plus intéressants.
 - Les modes de paiement des primes sont simplifiés car prélevé directement sur le compte bancaire,
 - Avoir un produit similaire à celui qui est vendu par l'assurance en est un apport lui-même. Du moment que la banque se doit de fournir des efforts supplémentaire pour vendre un produit de substitution aux produits traditionnels vendus par la compagnie d'assurance et ce au bénéfice du client en matière de qualité du service,
 - Une accessibilité aisée, car le réseau de banque est généralement plus dense et plus étendu que celui de l'assurance,

- Une relation privilégiée entre la banque et le client et une prise en charge plus adéquate,
- La banque peut profiter de la complexité de certains produits d'assurance pour les améliorer et le client en bénéficiera,
- La bancassurance peut être un moyen pour limiter le risque systémique, car la banque diversifie ses sources de revenu et rend ainsi les activités plus stables et donc plus sûres aussi pour les clients,
- Certaines autorités n'estiment qu'une libéralisation des systèmes financiers peut engendrer une augmentation des risques, d'où l'intégration timide ou la libéralisation graduelle dans certains pays et la réticence d'autres à ouvrir pour la bancassurance.
- La bancassurance peut donc être considérée par les autorités comme un atout ou au contraire comme un danger potentiel à la stabilité financière d'un pays.

9) **Comment s'organise chez vous l'animation commerciale dans le cadre de la bancassurance ?**.....

10) **Comment s'organise la formation en bancassurance dans votre entreprise ?**.....

11) **Quid de la rémunération de la force de vente en bancassurance ?**.....

12) **Quels produits distribuez-vous à travers la bancassurance ? et quelles sont leurs caractéristiques ?**.....

13) **Quel retour avez-vous de la part de votre clientèle de la bancassurance ?**.....

14) **Quelles difficultés rencontrez-vous dans votre démarche de bancassurance ?**

- Savoir-faire particulier,
- Des règles de commercialité différentes,
- Deux cibles de clientèle différentes,
- Deux approches des risques différentes,
- Obligation du secret professionnel.

15) **Quelles sont les motivations qui vous ont poussé à vous lancer dans la bancassurance ?**

- La proximité des métiers,
- La complémentarité des produits,
- La course aux fonds propres,
- La réduction des frais d'intermédiation,
- Le poids comparatif des réseaux.

16) **Contentez-vous des produits d'assurance vie ou envisagez-vous la diversification et l'extension vers l'assurance dommages ?**.....
.....
.....

17) **Avez-vous dans votre stratégie sur :**

- Segmentation de la clientèle,
- Une tarification adoptée à l'âge du client,
- Des opérations du marketing direct,
- Des promotions,
- utilisation de compétences extérieures pour les fonctions support (formation des forces commerciales, des opérations du marketing direct, plates formes téléphoniques pour la gestion des sinistres, logistique informatique...etc).

18) **Quelles sont les métiers exercés par votre entreprise ?**

- L'épargne retraite individuelle ou collective,
- la prévoyance,
- l'assurance crédit emprunteurs sous formes individuelle ou collective ;
- L'assurance vie,
- Assurance dommage aux biens,
- Produits d'ingénierie sociale pour les entreprises,
- Décès-prévoyance (décès, invalidité, arrêt du travail, santé et dépendance),
- Assurance automobile,
- Multirisques - vie privée et professionnelle,
- Assurance multirisques-habitation,
- Assurance vie et capitalisation,
- Assurance dommages corporels,
- Frais de soins de santé,
- assurance non - vie.

19) **La bancassurance peut – elle s'étendre aux mutuelles et aux organismes financiers (la poste, caisse d'épargne, trésor public, collectivités locales...etc.) ?**.....
.....
.....

20) **Avez –vous administré des enquêtes auprès de la clientèle afin de connaître leurs attitudes vis-à-vis de la bancassurance ?**.....
.....
.....

21) **Si oui, quels ont été les résultats ? donnez une synthèse, si possible**.....
.....
.....
.....
.....

- 22) **Possédez-vous un CRM (Customer Relation Management) ? ou un simple fichier clientèle (nom, prénom, date et lieu de naissance...etc.) ?**.....
.....
.....
- 23) **Comptez-vous sur votre partenaire (compagnie d'assurance) pour vendre des produits bancaires ?**.....
.....
.....
- 24) **La baisse de l'activité bancaire, la suppression du crédit à la consommation par les autorités algérienne constituent – elles la seule raison qui vous ont poussé à vous lancer dans la bancassurance ?**.....
.....
.....
- 25) **Si non, quelles sont les autres raisons ?**.....
.....
.....
.....
- 26) **Vos clients d'opérations bancaires sont-ils les même que ceux de l'assurance ?**.....
.....
.....
- 27) **Y a-t-il des échanges entre vous et votre partenaire en terme de produits (offrez-vous des services avec avantages aux personnel de votre partenaire et en recevez-vous) ?**.....
.....
.....
- 28) **Existe-t-il des échanges d'informations entre vous et votre partenaire en bancassurance ?**.....
.....
.....
- 29) **Vous-vous distinguez des intermédiaires traditionnels(courtiers et agents généraux) de :**
- Capacité d'analyse et d'information,
 - Une organisation meilleure,
 - Un savoir faire sans comparaison,
 - Une clientele importante et bien répertoriée,
- 30) **Tirez-vous des economies d'echelles à travers la bancassurance ?**.....
.....
.....
.....

31) Tirez-vous l'économie de gamme à travers :

- l'utilisation de canaux de distribution existants pour écouler des produits et des services complémentaires,
- En attachant les primes d'assurance aux échéances de remboursement des prêts à la même clientèle,
- La diminution des frais de réajustement de valeurs dues à une meilleure répartition des risques,
- L'utilisation conjointes des actifs intangibles tels que les activités de recherche et développement.

32) L'introduction des banques dans le circuit de distribution des produits d'assurance ne semble pas ravir les intermédiaires d'assurance, d'où le spectre d'une certaine concurrence entre les deux réseaux, qu'en pensez-vous ?.....
.....

33) peut-on arriver à un stade de banalisation de l'assurance en Algérie grâce à la bancassurance ?.....
.....

34) quelles sont les actions envisagées pour développer la bancassurance au sein de votre banque ?.....
.....

35) quelles sont vos perspectives d'avenir en matière de bancassurance (taux de pénétration souhaité, cible envisagée, nouveaux produits, nouveaux rapprochement avec les compagnies d'assurance...etc.) ?.....
.....
.....
.....

36) que pensez-vous du développement d'autres formes de distribution de la bancassurance telles que la l'internet, le téléphone, les grandes surfaces ?
.....
.....
.....
.....

37) Quelles sont vos suggestions pour développer la bancassurance en Algérie ?.....
.....
.....
.....
.....
.....

Annexe N°02 : questionnaire destiné aux clients des banques

Monsieur : GUENANE Brahim le
Docteurant à l'école supérieure de commerce d'Alger

Monsieur, Madame, le (la) client (e)

Dans le cadre de mon projet de doctorat en science de gestion, portant sur « **enjeux et perspectives de la bancassurance en Algérie** », je vous prie de contribuer à la réalisation de mon étude, en répondant aux questions ci-après.

Je m'engage à vous rassurer de la confidentialité de vos réponses et de leur usage à des fins, exclusivement, scientifiques.

1. Avez-vous entendu parler de la bancassurance ?

- Oui
- Non

2. parmi les banques suivantes, savez-vous lesquelles proposent une offre d'assurance ?

- CNEP BANQUE
- BNA
- BEA
- CPA
- BDL
- BADR
- PNP PARIS BAS
- SOCIETE GENERALE ALGERIE

3. Etes-vous informés des produits d'assurance proposés par votre banque :

- Par le biais de l'agence
- Par téléphone
- Par internet
- Par poste
- Autre ; précisez :

4. Etes-vous pour ou contre l'utilisation de vos informations personnelles détenues par la banque à des besoins de vente de produits d'assurance ?

- Pour
- Contre

5. Sentez-vous obligés d'acheter des produits d'assurance dans votre agence bancaire ?

- Oui
- Non

6. Préférez-vous acheter des produits d'assurance dans votre agence de banque ou plutôt orientez-vous vers une agence d'assurance ?

- Agence de banque
- Agence d'assurance

7. Les banques peuvent-elles proposer tous les produits d'assurances ?

- Oui
- Non

8. Les produits d'assurances proposés par la banque sont-ils différents de ceux d'une compagnie d'assurance ?

- Oui
- Non

9. Les assurances-vie des banques sont-elles plus risquées ?

- Oui
- Non

10. Une banque peut-elle inclure les assurances dans d'autres produits bancaires?

- Oui
- Non

11. Pensez-vous que l'opération d'assurance proposée par votre banque se passe- elle dans la transparence, de la souscription jusqu'au remboursement du sinistre éventuel?

- Total transparence
- Transparent
- Pas du tout transparent

12. Parmi les contrats d'assurance suivants, lequel avez-vous déjà contracté ?

Assurances de Personnes	Assurance-Crédit	Assurances des Risques Simples d'Habitation	Multirisques Habitation	Assurances obligatoires des Risques Catastrophiques	Assurances Risques Agricoles
<input type="checkbox"/> Accidents <input type="checkbox"/> Maladie <input type="checkbox"/> Assistance <input type="checkbox"/> Vie-Décès <input type="checkbox"/> Capitalisation	<input type="checkbox"/> Assurance-Crédit	<input type="checkbox"/> Incendie des risques simples <input type="checkbox"/> Dégâts des eaux	<input type="checkbox"/> Bris de glaces <input type="checkbox"/> Vol <input type="checkbox"/> Responsabilité Civile Générale	<input type="checkbox"/> Tremblements de terre <input type="checkbox"/> Inondations et coulées de boue <input type="checkbox"/> Tempêtes et vents violents <input type="checkbox"/> Mouvements de terrain	<input type="checkbox"/> Grêle <input type="checkbox"/> Gelée <input type="checkbox"/> Sécheresse <input type="checkbox"/> Mortalité du bétail <input type="checkbox"/> Mortalité des volailles et assimilées <input type="checkbox"/> Mortalité des abeilles <input type="checkbox"/> Mortalité des autres animaux <input type="checkbox"/> Autres dommages agricoles

Fiche signalétique : Sexe : Homme Femme

Age :

Niveau d'études :

Date et lieu de l'entretien :

Annexe N°03 : questionnaire destiné aux courtiers d'assurance

Monsieur : GUENANE Brahim le

Doctorant à l'école supérieure de commerce d'Alger

Monsieur/Madame, le courtier en assurance,

Dans le cadre de mon projet de doctorat en science de gestion, portant sur « **enjeux et perspectives de la bancassurance en Algérie** », j'ai l'honneur de solliciter de votre haute de bien vouloir contribuer à la réalisation de mon étude, en répondant aux questions ci-après.

Je m'engage à vous rassurer de la confidentialité de vos réponses et de leur usage à des fins exclusivement scientifiques.

- 1. En ce qui concerne votre profession, avez-vous le sentiment qu'elle est menacée par la montée en puissance de la bancassurance ?**
 - oui
 - non
- 2. D'après vous, les opportunités de développement sont-elles plus fortes ?**
 - sur le marché des particuliers
 - sur le marché des professionnel et entreprises
- 3. De façon plus générale, diriez-vous que la profession de courtier est bien connue du grand public ?**
 - oui
 - non
- 4. Globalement, au cours des trois dernières années, votre Chiffre d'affaires a-t-il été ?**
 - Plutôt en hausse
 - Stable
 - Plutôt en baisse
- 5. Et pour l'année à venir, pensez-vous que votre chiffre d'affaires va?**
 - Plutôt augmenter
 - Rester stable
 - Plutôt baisser
- 6. Que pensez-vous de l'avenir de la bancassurance en Algérie ?**

Fiche signalétique :

Sexe :

homme

femme

votre Age ?.....

votre niveau d'études :

universitaire

secondaire

vous exercez ce métier depuis ?

moins d'un an

moins de dix ans

moins de 20ans

plus de 20ans

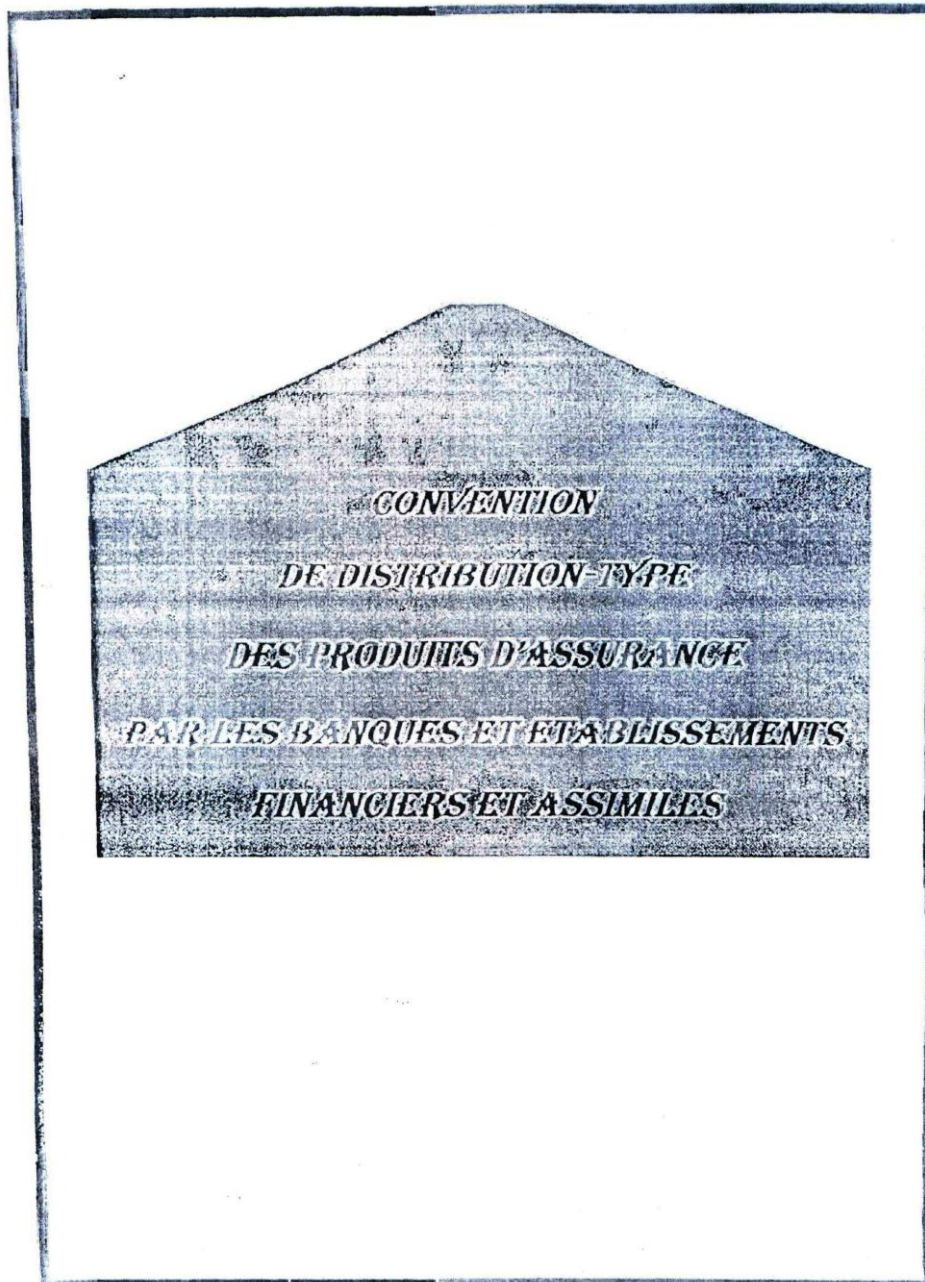
avez-vous des collaborateurs ?

oui

non

si oui, ils sont combien ?.....quelle est leur niveau d'études ?.....

Annexe N°04 : convention type de distribution des produits d'assurance par les banques et établissements financiers et assimilés





Entre les soussignés :

La société d'assurance
dont le siège est sis à
représentée par Ci-après
dénommée « **L'Assureur** ».

D'une part,

Et

La banque / Etablissement
dont le siège est sis à
représenté (e) par Ci-après
Dénommé (e) « **Le Mandataire** »,

D'autre part,

Il est convenu ce qui suit :

CADRE DE REFERENCE DE LA CONVENTION :



- Ordonnance n° 95-07 du 23 Chaabane 1415 correspondant au 25 Janvier 1995 relative aux assurances, modifiée et complétée ;
- Décret n° 07-153 du 5 Jemada El Oula 1428 correspondant au 22 Mai 2007 fixant les modalités et conditions de distribution des produits d'assurance par les banques, Etablissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution ;
- Arrêté n° 60 du 6 août 2007 fixant les produits d'assurance pouvant être distribués par les banques, Etablissements financiers et assimilés ainsi que les niveaux maximum de la commission de distribution ;

Les annexes jointes à la présente convention font partie intégrante de celle-ci.

ARTICLE 1 : Objet de la convention.

La présente convention a pour objet de définir les relations entre l'assureur et le mandataire dans le cadre de la distribution des produits d'assurance.

En vertu de la présente convention et dans le cadre de l'arrêté du 6 août 2007 susvisé, l'assureur autorise le mandataire à conclure des contrats d'assurance en son nom et pour son compte.

ARTICLE 2 : Produits d'assurance.

Les produits d'assurance à distribuer par le mandataire sont indiqués en annexe 01 de la présente convention.

ARTICLE 3 : Réseau de distribution.

Les produits d'assurance sont distribués par les agences du mandataire indiquées en annexe 02 de la présente convention.

Le mandataire désigne des agents souscripteurs en assurance habilités dont la liste est validée par l'assureur.

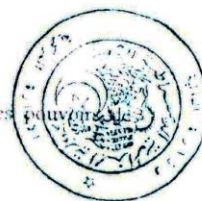
L'assureur peut demander au mandataire à faire cesser la distribution des produits d'assurance par l'une de ses agences ou le changement d'un agent souscripteur.

ARTICLE 4 : Circonscription territoriale.

Les agences du mandataire prévues à l'article 3 ci-dessus opèrent, pour la distribution des produits d'assurance, dans la même circonscription que leur activité.

ARTICLE 5 : Pouvoirs du mandataire.

Dans le cadre de la présente convention, l'assureur donne au mandataire les pouvoirs suivants :



ARTICLE 6 : Pouvoirs de souscription.

Le mandataire est autorisé à distribuer les produits d'assurance suivant les pouvoirs de souscription indiqués en annexe 03 de la présente convention.

ARTICLE 7 : Reversement des primes.

Le mandataire est tenu de reverser à l'assureur les primes encaissées, dans le délai convenu d'un commun accord sans pour autant dépasser un délai maximum de 10 jours après l'encaissement de celles-ci.

En cas de non reversement des primes dans le délai convenu à l'alinéa 1^{er} ci-dessus pour des raisons indépendantes du mandataire, l'assureur peut lui accorder un délai supplémentaire de dix (10) jours. Au-delà et nonobstant le reversement des primes dues, l'assureur peut résilier, unilatéralement, la présente convention par notification adressée par lettre recommandée au mandataire.

Les modalités de versement sont fixées d'un commun accord.

ARTICLE 8 : Rémunération du mandataire.

En vertu de la présente convention, le mandataire perçoit une rémunération sous forme d'une commission de distribution calculée en pourcentage sur le montant de la prime encaissée, nette de droits et de taxes, suivant les taux indiqués à l'annexe n° 04 et dans la limite des taux maximum fixés par l'arrêté du 06 août 2007 susvisé.

ARTICLE 9 : Obligations de l'assureur.

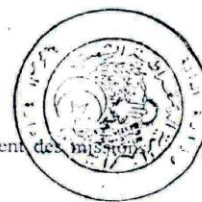
Sans préjudice des obligations légales ou contractuelles, l'assureur s'engage à :

- Dispenser une formation adaptée à la distribution des produits d'assurance à l'intention des agents souscripteurs employés du mandataire conformément à la réglementation en vigueur. Cette formation débutera dès signature de la présente convention. Elle s'étalera sur un volume minimum de 96 heures et suivant les modalités fixées à l'annexe 6 de la présente convention ;
- Mettre en œuvre, auprès de l'association des sociétés d'assurance et de réassurance, la procédure d'obtention de la carte professionnelle;
- Fournir au mandataire la documentation technico commerciale nécessaire à la distribution des produits d'assurance;
- Traiter et répondre dans les délais les plus brefs à toute demande adressée par le mandataire notamment pour l'établissement des contrats, le règlement des prestations et l'information des assurés conformément aux conditions générales des produits d'assurance objet de la présente convention ;
- Ne pas prendre contact, avec les assurés sans l'intermédiaire du mandataire, dans le cadre de la modification, remplacement ou renouvellement de leur contrat d'assurance.

ARTICLE 10 : Obligations du mandataire.

Sans préjudice des obligations légales, le mandataire s'engage à :

- Mettre les moyens matériels et humains nécessaires à l'accomplissement des missions confiées par l'assureur ;
- Ne pas distribuer, au sein des agences prévues à l'annexe 2 et jointes, les produits d'assurance des autres sociétés d'assurance ;
- Ne distribuer les produits d'assurance que par les agents ayant suivi la formation prévue par la réglementation et titulaire de la carte professionnelle délivrée par l'association des assureurs ;
- Se conformer aux seules instructions de l'assureur en matière de conditions d'assurance, de tarifs, de règles de souscription dans la limite des pouvoirs conférés en annexe 3 ;
- N'utiliser pour la souscription des produits d'assurance que les documents et imprimés remis par l'Assureur ;
- Tenir à jour les registres réglementaires en se conformant aux instructions et aux modèles diffusés par l'Assureur ;
- Promouvoir l'image de marque de l'Assureur en veillant au respect des normes requises par l'Assureur en matière de signalétique et de conditions d'accueil de la clientèle ;
- Transmettre à l'Assureur tous les documents relatifs à la souscription, aux prestations et aux indemnités servies aux assurés et/ou bénéficiaires tels que définis en annexe 5 ;
- Recueillir l'accord écrit préalable pour la diffusion au public de tout document commercial ou publicitaire relatif aux produits d'assurance, quel que soit le support utilisé.



ARTICLE 11 : Suivi de la convention :

L'assureur peut effectuer des opérations de vérification, sur place, de la gestion des contrats d'assurances souscrits dans le cadre de la présente convention par l'agent souscripteur, soit à la demande du mandataire soit à l'initiative de l'assureur.

ARTICLE 12 : Confidentialité.

Chaque partie s'engage à veiller à la confidentialité des informations liées aux assurés et/ou bénéficiaires des contrats d'assurance ainsi que celles relatives aux méthodes, procédures et conditions de tarification des contrats d'assurance.

ARTICLE 13 : Droits de propriété intellectuelle et industrielle.

Les droits de propriété relatifs à l'ensemble des produits, services et tout développement technique et informatique réalisé par l'une des parties dans le cadre de la présente convention sont et demeurent sa propriété exclusive et ne sont pas transférables à l'autre partie.

ARTICLE 14 : Droits de propriété du portefeuille.

Le portefeuille des contrats souscrits par le mandataire au nom et pour le compte de l'Assureur est et demeure propriété exclusive de l'Assureur.

ARTICLE 15: Modification de la convention.

Les dispositions de la présente convention peuvent être modifiées à la demande de l'une des parties et d'un commun accord.

Toute modification est établie par avenant dûment signé par les deux parties.

Les nouvelles dispositions ou modifications prennent effet à compter de la date de notification de l'accord de la commission de supervision des assurances.

ARTICLE 16 : Résiliation de la convention.

La présente convention peut être résiliée d'un commun accord entre les deux parties.

Elle peut être résiliée à l'initiative de l'une ou l'autre des parties au moyen d'une notification par lettre recommandée avec accusé de réception au moins trois mois avant son échéance.

Elle est résiliée si l'une des deux parties n'honore pas ses obligations définies, selon le cas, par les articles 9 et 10 de la présente convention.

Elle est résiliée de plein droit et sans préavis en cas de liquidation judiciaire ou amiable, de cessation d'activité ou par l'impossibilité d'exécution pour une cause indépendante de la volonté des parties.

ARTICLE 17 : Effets de la résiliation.

En cas de résiliation de la présente convention, le mandataire cesse toute distribution de produits d'assurance objet de cette convention.

Les contrats souscrits avant la date de résiliation continuent de produire leurs effets jusqu'à leurs termes respectifs.

La décision de résiliation doit indiquer le sort des contrats en cours.

En cas de résiliation unilatérale, il peut être demandé à la partie ayant pris l'initiative, une indemnité pour les dépenses engagées et on à titre des dommages et intérêts. Le montant de l'indemnité est fixé à l'amiable.

ARTICLE 18: Règlement des litiges et arbitrage.

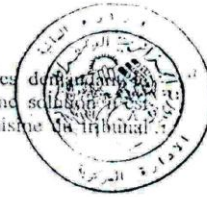
En cas de litige entre les parties, né de l'exécution, inexécution ou interprétation des dispositions et annexes de la présente convention, les parties conviennent de privilégier le règlement amiable ou recourir à l'arbitrage pour le règlement de ce litige.

Les parties désignent d'un commun accord trois arbitres pour statuer sur le litige. Les arbitres entendent les représentants des parties, dûment mandatés, leurs plaidoiries et rendent une décision arbitrale.



La décision est exécutoire, irrévocable et opposable aux deux parties.

Si, dans un délai d'un mois à compter de la saisine de l'une des parties devant le tribunal territoriallement compétent, le règlement du litige par l'arbitrage, l'autre partie ne répond pas ou aucune solution n'est dégagée pour le règlement du litige, les parties conservent le droit de saisir le tribunal territoriallement compétent.



ARTICLE 19: Juridiction compétente.

En cas de non règlement du litige à l'amiable ou par l'arbitrage, le litige est porté devant le tribunal territoriallement compétent par la partie la plus diligente.

ARTICLE 20 : Date de prise d'effet et durée.

La présente convention prend effet à compter de la date de notification de l'accord de la commission de supervision des assurances.

Elle est établie pour une durée deannée (s), renouvelable.

Elle se renouvelle, à l'échéance, par tacite reconduction, sauf dénonciation par l'une des parties, par lettre recommandée au moins trois (3) mois avant la date d'échéance de la présente convention.

Fait à Alger, le

LE MANDATAIRE

L'ASSUREUR