

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique
École Supérieure de Commerce

E.S.C

Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention d'un diplôme de Master En
Sciences Commerciales et Financières
Option : Monnaie Finance et Banque

Thème :

**L'impact de la bancassurance sur le
comportement financier des consommateurs et
la stabilité du secteur financier en Algérie.**

Cas : Crédit populaire d'Algérie

Présenté par:

Marouf Khouloud Ayat Errahmane

Encadrant :

Pr. Azzedine BELKACEM-NACER

Lieu de stage : Direction du réseau d'exploitation-Crédit populaire d'Algérie

Période de stage : du 27/02/2024 au 28/03/2024

Année universitaire : 2023-2024

REMERCIEMENTS

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce mémoire.

Tout d'abord, je remercie chaleureusement mon encadrant, Pr. Azzedine BELKACEM-NACER, pour sa guidance, son soutien indéfectible et ses précieux conseils tout au long de cette recherche. Ses encouragements et son expertise ont été déterminants pour mener à bien ce travail.

Je tiens également à remercier Mme ARBANE LAMIA, ma tutrice de stage, pour son accompagnement, sa disponibilité et ses précieux conseils. Son soutien et ses remarques constructives ont grandement contribué à l'aboutissement de ce mémoire.

Enfin, je tiens à me remercier moi-même pour la persévérance et l'engagement dont j'ai fait preuve tout au long de cette recherche. La réalisation de ce mémoire a été un défi enrichissant et une étape importante de mon parcours académique et professionnel.

Merci Dieu

Merci à tous pour votre aide et votre soutien.

DÉDICACES

À ma mère,

Pour ton amour inconditionnel, ta patience infinie, et ton soutien constant. Tu es ma force et ma source d'inspiration. Chaque pas de ce voyage est guidé par ton amour et ta sagesse. Pour tes sacrifices, tes encouragements et ta confiance en moi. Tu as toujours cru en mes capacités même quand je doutais de moi-même.

Ce mémoire est le fruit de tes efforts et de ton dévouement.

À mon père,

Pour tes conseils avisés et ton soutien. Ta présence réconfortante et tes encouragements constants m'ont aidé à persévérer. Tu es un modèle de détermination et de sagesse.

À mon frère Ghazali,

Pour ta présence réconfortante et tes conseils avisés. Ton esprit brillant et ton soutien indéfectible m'ont aidé à surmonter de nombreux défis. Ta réussite et ta détermination sont une source d'inspiration pour moi.

À ma sœur Sara,

Pour ta douceur et ton écoute attentive. Ta joie de vivre et ton optimisme m'ont souvent remonté le moral. Tu es un modèle de persévérance et de gentillesse.

À ma deuxième famille,

Ma tante Yamina et mon oncle Mouhamed,

Merci pour votre amour, votre soutien et vos conseils précieux. Votre présence dans ma vie est une bénédiction.

À mon cousin Djamil et ma cousine Marwa,

Merci pour votre complicité, vos rires et votre amitié. Vous êtes plus que des cousins, vous êtes des amis chers.

À ma meilleure amie Maya,

Pour ton amitié indéfectible, tes encouragements et ta présence constante. Tu as été un pilier de soutien tout au long de ce parcours.

À toute ma famille,

Merci pour votre amour, votre soutien et vos encouragements. Vous avez tous contribué à mon succès d'une manière ou d'une autre, et je suis reconnaissante pour chaque mot gentil et chaque geste d'affection.

Ce mémoire est dédié à vous tous, pour tout l'amour, le soutien et la confiance que vous m'avez donnés.

Merci

TABLES DES MATIERS

REMERCIEMENTS	I
DÉDICACES.....	II
TABLES DES MATIERS.....	III
LISTE DES TABLEAUX	VII
LISTE DES FIGURES	IX
RESUMÉ.....	XI
ABSTRACT... ..	XII
LISTE DES ABRÉVIATIONS	XIII
INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	A
1.Contexte de l'Étude.....	A
2.La problématique de la recherche.....	A
3.Les hypothèses.....	B
4. Justification du Choix du Thème.....	B
5. Méthodologie de Recherche	B
6. Structure globale du Mémoire	C
7.Revue de Littérature	D
CHAPITRE I : FONDAMENTAUX DE LA BANCASSURANCE	
INTRODUCTION	2
SECTION 1 : GENÈSE ET RAPPELS SUR LA BANCASSURANCE.....	3
INTRODUCTION.....	3
1.DÉFINITION ET HISTORIQUE DE LA BANCASSURANCE.....	3
1.1. Définitions	3
1.2. Origine de la bancassurance	4
1.2.1 En Europe	4
1.2.2. Afrique du nord	5
2. LES MODÈLES DE LA BANCASSURANCE.....	6
SECTION 2 : ÉLÉMENTS D'APPRÉCIATION DU DÉVELOPPEMENT DE LA BANCASSURANCE	7
Introduction	7
1. FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS DE LA BANCASSURANCE.....	7
2. AVANTAGES ET LIMITES DE LA BANCASSURANCE	9
2.1.Avantages de la bancassurance.....	9
2.2. Limites de la bancassurance	10
SECTION 3 : EXPÉRIENCE DE LA BANCASSURANCE EN ALGÉRIE.....	12
INTRODUCTION :.....	12
1. CADRE LÉGAL DE LA PRATIQUE DE LA BANCASSURANCE EN ALGÉRIE	12
1.1. Les textes de lois, décrets et arrêtés.....	12
1.2. Les conditions d'exercice de la bancassurance	13
1.2.1 La convention-type	13

1.2.2. Les produits d'assurance	13
1.2.3. La rémunération des organismes	14
1.2.4. La formation	14
2. ANALYSE DU MARCHÉ ALGÉRIEN.....	15
2.1.Le modèle de bancassurance retenu en Algérie.....	15
2.2.Analyse du marché algérien de la bancassurance.....	16
2.2.1. Evolution de la production totale de la bancassurance	16
2.2.2.La part de la bancassurance par branches d'assurance.....	18
2.2.2.1. La part de la bancassurance dans la production totale.....	18
2.2.2.2. La part de la bancassurance dans la branche dommage.....	18
2.2.2.3. La part de la bancassurance dans la branche de personnes.....	20
3. SYNTHÈSE DU MARCHÉ DE LA BANCASSURANCE ALGÉRIENNE	21

CHAPITRE II : ANALYSE D'IMPACT DE LA BANCASSURANCE DANS LE CONTEXTE ALGÉRIEN

INTRODUCTION	23
SECTION 1 : IMPACT D'ORDRE ÉCONOMIQUE	24
1. CONDITIONS D'APPUI A LA CROISSANCE DU SECTEUR FINANCIER	24
1.1. Évolution du cadre réglementaire et création de l'Autorité de supervision des assurances et des activités de bancassurance (ASAA) :	24
1.2. Développement de produits de bancassurance innovants et adaptés aux besoins des clients algériens :	24
1.3.Coopération accrue entre les banques et les compagnies d'assurance :	24
1.4. Renforcement de la culture d'assurance et de bancassurance auprès des consommateurs algériens par :	25
1.5. Adoption des nouvelles technologies pour une distribution plus efficiente et inclusive de la bancassurance par:	25
1.6. Inclusion financière des populations non bancarisées grâce à la bancassurance par :	25
2. CONTRIBUTION A LA DIVERSIFICATION DES REVENUS DES BANQUES ET DES COMPAGNIES D'ASSURANCE.....	26
2.1. La bancassurance levier important de diversification des revenus.....	26
2.2. Avantages de la diversification des revenus de la bancassurance pour les compagnies d'assurances et les banques.....	26
2.3. Principaux défis rencontrés par les banques et les compagnies d'assurance	26
2.4. Solutions proposées pour surmonter ces défis.....	27
3. EFFET SUR LA STABILITÉ FINANCIÈRE ET LA RÉDUCTION DES RISQUES.....	27
3.1. Impact sur la stabilité financière:.....	27
3.2. Impact sur la réduction des risques:	28
SECTION 2 : IMPACTS SUR LES CONSOMMATEURS :	29
1.AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE LA BANCASSURANCE POUR LES CONSOMMATEURS ALGÉRIENS. ET	29
1.1.Avantages :	29
1.2.Inconvénients :	29

2.ANALYSE DES PRODUITS DE BANCASSURANCE LES PLUS POPULAIRES ET DE LEUR ACCÉPTATION PAR LES CONSOMMATEURS ET	30
2.1.Les caractéristiques communes à tous les produits de la bancassurance	30
2.2. Analyse des assurances vie offertes via les banques	30
2.3. Étude des offres d'assurance habitation disponibles via la bancassurance.....	31
2.4.Analyse des produits assurance santé commercialisés via les banques.....	31
2.5. L'acceptation des produits de bancassurance par les consommateurs algériens (42).....	31
2.6. Facteurs influençant l'adoption des produits de bancassurance par les clients	32
2.7.Analyse détaillée des perspectives futures et des tendances dans l'acceptation des produits de bancassurance en Algérie.....	32
3.IMPACT DE LA BANCASSURANCE SUR L'INCLUSION FINANCIÈRE ET L'ACCÈS AUX SERVICES FINANCIERS.	33
SECTION 3 : IMPACTS RÉGLEMENTAIRE ET LÉGISLATIF.....	34
1. ÉVOLUTION DE LA RÉGLEMENTATION DE LA BANCASSURANCE EN ALGÉRIE ET SON IMPACT SPÉCIFIQUE SUR LE MARCHÉ.....	34
1.1.Évolution de la réglementation sur la bancassurance en Algérie	34
1.2.Impact sur le marché:	34
2.ANALYSE DES TENDANCES ÉMERGENTES SUR LE MARCHÉ ALGÉRIEN DE LA BANCASSURANCE	35
3 .ANALYSE COMPARATIVE DES CADRES RÉGLEMENTAIRES DE LA BANCASSURANCE: CAS PRATIQUE ALGÉRIE, MAROC ET TUNISIE	35
4.DÉFIS ET OPPORTUNITÉS LIÉS A LA RÉGLEMENTATION DE LA BANCASSURANCE.	45
4.1.Défis :	45
4.2.Opportunités :	45
CHAPITRE III : ANALYSE DE LA BANCASSURANCE APPLIQUÉE: CAS DU CRÉDIT POPULAIRE D'ALGÉRIE (CPA)	
INTRODUCTION :	48
SECTION 01 : PRÉSENTATION DES DEUX PARTENAIRES : LE CPA ET LA CAAR ..	49
1.PRÉSENTATION DU CPA.....	49
1.1.Historique	49
1.2.Capital social	49
1.3.Réseau d'exploitation :	50
1.4.Les activités du Crédit Populaire d'Algérie :	50
1.5.Organisation du Crédit Populaire d'Algérie :	50
1.6.Présentation de la structure d'accueil Direction du réseau (Département bancassurance) :	51
2.PRÉSENTATION DE LA CAAR :	52
2.1.Historique :	52
2.2.L'activité bancassurance de la CAAR :	52
3.PRÉSENTATION DE LA FILIALE CAARAMA :	53
3.1.Réseau commercial :	53
3.2.La Production de la CAARAMA	53

SECTION 02 : EXAMEN DE L'ACTIVITÉ BANCASSURANCE AU CPA ET OFFRE PARTENARIALE	54
1. PRÉSENTATION DE L'ACCORD DE PARTENARIAT CPA-CAAR ET CPA-CAARAMA :	54
1.1. Historique:	54
1.2. Cadre réglementaire :	54
1.3. Déploiement de l'activité Bancassurance sur le réseau d'exploitation de la Banque:	54
2. LES PRODUITS D'ASSURANCE COMMERCIALISÉS PAR LE CPA :	55
3. LA PRODUCTION DE LA BANCASSURANCE AU CPA	57
3.1. le nombre de contrat	57
3.2. les commissions perçues	59
4. LES CONTRAINTES ENTRAVANT L'AVANCEMENT DE L'ACTIVITÉ AU NIVEAU DU CPA :	59
SECTION 3: CONCEPTION ET MODALITÉS D'APPLICATION DE L'ÉTUDE AU SEIN DU CPA	61
1. CONCEPTION PRATIQUE DE L'ÉTUDE	61
1.1 Population et échantillon étudiés	61
1.2. Méthodes d'Analyse des Données	62
1.3. Analyse Descriptive	62
2. HYPOTHÈSES DE RECHERCHE	62
2.1 Hypothèse 1 (H1):	62
2.2 Hypothèse 2 (H2):	62
2.3. Hypothèse 3 (H3):	62
SECTION 04 : RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE : ÉTUDE DESCRIPTIVE	63
1. LES CARACTÉRISTIQUES DE LA POPULATION:	63
1.1. Le sexe des répondants:	63
1.2. Les tranches d'âge des répondants	64
1.3. Le Niveau d'étude des répondants	65
1.4. La situation professionnelle des répondants	66
1.5. Période de fidélisation des clients du CPA:	67
1.6. Le Revenu Annuel des répondants	68
2. ANALYSE DES CONDITIONS DE SOUSCRIPTION AUX PRODUITS DE BANCASSURANCE	69
3. ANALYSE D'IMPACT SUR LE CONSOMMATEUR	89
4. LIAISON ENTRE LES RÉSULTATS OBTENUS ET LA REVUE DE LITTÉRATURE	93
CONCLUSION GÉNÉRALE	94
1. Recommandations	95
2. Limites de l'Étude	96
3. Pistes de Recherche	96
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	97
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	98
ANNEXES	103

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Modèles de bancassurance.....	6
Tableau 2: Facteurs de succès de la bancassurance.....	8
Tableau 3: Avantages de la bancassurance par acteur.....	9
Tableau 4: Niveaux maximum de commissionnement par produit	14
Tableau 5: Accords de distribution en Algérie selon les sociétés d’assurances de dommage .	15
Tableau 6: Accords de distribution en Algérie Selon les sociétés d’assurances de personnes	16
Tableau 7: Evolution de la production totale de la bancassurance (<i>million DZ</i>).....	16
Tableau 8: Part de la bancassurance par branche dans le CA du secteur des assurances en Algérie (<i>millions DZD</i>).....	18
Tableau 9: Production des intermédiaires « assurances de dommages » (<i>en dinars</i>).....	20
Tableau 10: Production des intermédiaires « assurances de personnes » en million de dinars	20
Tableau 11: Nombre de règlementations spécifiques.....	36
Tableau 12: des amendes pour non-conformité.....	37
Tableau 13: Ratio de solvabilité requis	38
Tableau 14: Nombre minimum du comité de gouvernance	39
Tableau 15: Délai moyen de résolution des litiges.....	40
Tableau 16: Taux de croissance annuel moyen (2019-2023).....	42
Tableau 17: Rentabilité moyenne des produits d'assurance bancaire (2019-2023).....	43
Tableau 18: Indices de satisfaction des consommateurs envers les produits d'assurances bancaires (2023)	44
Tableau 19: Evolution du réseau d'exploitation du CPA.....	50
Tableau 20: Le réseau d'agences du CPA par région.....	50
Tableau 21: Réseau commercial des partenaires de la CAARAMA.....	53
Tableau 22: Production de CAARAMA par branches et son évolution en milliers de DA	53
Tableau 23: Les produits d'assurance commercialisés par le CPA	55
Tableau 24: Distribution et collecte des questionnaires	61
Tableau 25: <i>Le sexe des répondants</i>	63
Tableau 26: Les tranches d’âge des répondant	64
Tableau 27: Le niveau d’étude des répondants	65

Tableau 28: <i>La profession</i>	66
Tableau 29: Période de fidélisation des clients du CPA.....	67
Tableau 30: <i>Le revenu annuel des répondants</i>	68
Tableau 31: Souscrire aux produits de bancassurance CPA.....	69
Tableau 32: Raisons de non-souscription quant aux produits de bancassurance chez CPA	70
Tableau 34: L'intérêt des répondants à des informations supplémentaire sur les produits de bancassurance du CPA	71
Tableau 35: <i>Les types de produits souscrits</i>	72
Tableau 35: La fréquence d'utilisation des produits de bancassurance proposés par le CPA ..	74
Tableau 36: Les méthodes avec lesquelles les répondants ont été informé des produits de bancassurance disponibles chez le CPA.....	75
Tableau 37:Le facteur principal qui incite les répondants à souscrire à un produit de bancassurance chez le CPA	76
Tableau 38: Utilisation de l'assurance souscrite en cas de sinistre chez le CPA.....	77
Tableau 39: L'évaluation de la gestion des sinistres par le CPA.....	78
Tableau 40:Les avantages de souscrire à une assurance via Le CPA	79
Tableau 41: Adéquation des produits de bancassurance aux besoins des clients.....	80
Tableau 42: Améliorations potentielles des produits de bancassurance chez le CPA.....	81
Tableau 43: Intérêt pour les nouveaux types de produits de bancassurance chez le CPA	82
Tableau 44: Influence des produits de bancassurance du CPA sur la fidélité des clients	83
Tableau 45: Valeur ajoutée de la bancassurance dans la relation client avec le CPA.....	84
Tableau 46: Prédilection à recommander le CPA en fonction de l'offre de la bancassurance	86
Tableau 47: Comparaison des produits bancassurance du CPA avec ceux d'autres banques ou assureurs	87
Tableau 48:Positionnement du CPA par rapport à la concurrence.....	88
Tableau 49:La relation entre les types de produit de bancassurance et la fréquences d'utilisations de ces produits	89
Tableau 50: La relation entre le mode d'information sur les produits de bancassurance et la perception des risques associés aux produits de bancassurance.....	91
Tableau 51: La relation entre la satisfaction avec la gestion des sinistres et la fidélité envers le fournisseur de services financiers	92

LISTE DES FIGURES

Figure 1: La production de la bancassurance <i>en million de DZ</i>	17
Figure 2: <i>L'évolution du capital social du CPA</i>	49
Figure 3: <i>La production de la bancassurance de la CAAR</i>	52
Figure 4: Le nombre de contrats d'assurance commercialisées par le CPA.....	57
Figure 5: L'évolution du nombre de contrats commercialises par le CPA	58
Figure 6: Les commissions perçues par le CPA dans le cadre de la bancassurance	59
Figure 7: Le sexe des répondants	63
Figure 8: <i>Les tranches d'Age des répondants</i>	64
Figure 9: <i>Le niveau d'étude des répondants</i>	65
Figure 10: <i>La profession</i>	66
Figure 11: <i>Période de fidélisation des clients du CPA</i>	67
Figure 12: <i>Le revenu annuel des répondants</i>	68
Figure 13: <i>Raisons de non-souscription quant aux produits de bancassurance chez CPA</i>	71
Figure 14: <i>L'intérêt des répondants à des informations supplémentaire sur les produits de bancassurance du CPA</i>	72
Figure 15 : Les types de produits souscrits	73
Figure 16: <i>La fréquence d'utilisation des produits de bancassurance proposés par le CPA</i> ..	74
Figure 17: <i>Les méthodes avec lesquelles les répondants ont été informé des produits de bancassurance disponibles chez le CPA</i>	75
Figure 18: <i>Le facteur principal qui incite les répondants à souscrire à un produit de bancassurance chez le CPA</i>	76
Figure 19: <i>Utilisation de l'assurance souscrite en cas de sinistre chez le CPA</i>	77
Figure 20: <i>L'évaluation de la gestion des sinistres par le CPA</i>	78
Figure 21: <i>Les avantages de souscrire à une assurance via le CPA</i>	79
Figure 22: Adéquation des produits de bancassurance aux besoins des clients	80
Figure 23: <i>Améliorations potentielles des produits de bancassurance chez le CPA</i>	81
Figure 24: <i>Intérêt pour les nouveaux types de produits de bancassurance chez les CPA</i>	82
Figure 25: <i>La disponibilité de produits de bancassurance chez le CPA influence la fidélité envers la banque</i>	84
Figure 26: <i>Valeur ajoutée de la bancassurance dans la relation client avec le CPA</i>	85
Figure 27: <i>Prédisposition à recommander le CPA en fonction de l'offre de la bancassurance</i>	86

Figure 28: Comparaison des produits bancassurance du CPA avec ceux d'autres banques ou assureurs 87

Figure 29: *Positionnement du CPA par rapport à la concurrence* 88

RÉSUMÉ

Cette étude examine l'impact de la bancassurance sur le comportement financier des consommateurs et la stabilité du secteur financier en Algérie. L'objectif principal est d'évaluer comment l'intégration des services bancaires et d'assurance influence la perception et l'utilisation des produits financiers par les consommateurs. Pour atteindre cet objectif, une méthodologie combinant une approche théorique et une analyse empirique a été employée. Les données ont été recueillies via une enquête auprès des consommateurs et analysées à l'aide du logiciel SPSS. Les hypothèses formulées concernaient les comportements financiers prudents, la commodité perçue et la fidélité des consommateurs.

Les résultats de l'étude montrent que les produits de bancassurance incitent les consommateurs à adopter des comportements financiers plus prudents et améliorent leur perception des risques. De plus, la satisfaction des consommateurs vis-à-vis de la gestion des sinistres est positivement corrélée à leur fidélité envers leur fournisseur de services financiers. Malgré un développement moindre de la bancassurance en Algérie comparé à d'autres canaux de distribution, le potentiel d'amélioration de la commodité et de la satisfaction des consommateurs est notable.

Les recommandations incluent le renforcement de l'offre de produits, l'amélioration de la perception des risques et l'innovation technologique. Les limites de l'étude englobent une portée géographique restreinte et l'absence d'une analyse exhaustive des perspectives institutionnelles et réglementaires. Des pistes de recherche futures pourraient explorer des études comparatives internationales, une analyse détaillée du cadre réglementaire et des études longitudinales.

Mots clés : Bancassurance, Comportement Financier, Algérie, Satisfaction Client

ABSTRACT

This study examines the impact of bancassurance on the financial behavior of consumers and the stability of the financial sector in Algeria. The primary objective is to evaluate how the integration of banking and insurance services influences consumers' perception and use of financial products. To achieve this objective, a methodology combining a theoretical approach and an empirical analysis was employed. Data were collected through a survey of consumers and analyzed using SPSS software. The hypotheses formulated concerned prudent financial behaviors, perceived convenience, and consumer loyalty.

The study results show that bancassurance products encourage consumers to adopt more prudent financial behaviors and improve their risk perception. Additionally, consumer satisfaction with claims management is positively correlated with their loyalty to their financial service provider. Despite the lesser development of bancassurance in Algeria compared to other distribution channels, the potential for improving consumer convenience and satisfaction is significant.

Recommendations include strengthening the product offering, improving risk perception, and technological innovation. The study's limitations encompass a limited geographical scope and the absence of a comprehensive analysis of institutional and regulatory perspectives. Future research avenues could explore international comparative studies, detailed analysis of the regulatory framework, and longitudinal studies.

Keywords: Bancassurance, Financial Behavior, Algeria, Customer Satisfaction

LISTE DES ABRÉVIATIONS

ABEF : Association des Banques et Établissements Financiers

ALPAP : Algérienne du Papier

AMNAL : Entreprise Des Services Et Equipement De Sécurité.

AMNAL : Société de Sécurité et de Transport de Fonds.

APS : Agence Presse Algérie

ARSA: Autorité de Régulation et de Supervision des Assurances

ASAA : Autorité de Supervision des Assurances et des Activités de Bancassurance

ASF : Algerian Start up Fund

ATD : Assurance Temporaire au décès

AVE : Assurances voyage

BADR : Banque de l'agriculture et du développement rural

BAMIC : Banque a capitaux mixte

BDL : Banque de développement local

BEA : Banque Extérieure d'Algérie

BNA : Banque Nationale d'Algérie

BNP : Banque Nationale de Paris

CAAR : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurances

CAAT : Compagnie Algérienne des Assurances

CAT-NAT : Assurances des catastrophes naturelles

CCA : Comité de contrôle des assurances

CERSE : Centre d'Études et de Recherche en Sciences Économiques

CHEF : Centre des Hautes Études de Finances

CNA : Conseil National d'Assurances

CPA : Crédit Populaire d'Algérie

DT : Dinar Tunisien

DZD : Dinar Algérien

El Djazair Idjar : Banque d'investissement

F.G.M.M.C : Fonds de Garantie Mutuelle des Micro Crédits

FFA : Fédération Française de l'Assurance

FINALEP : Banque d'investissement

I.A.H.E.F : Institut de Formation des Hautes Etudes Financières

IARD : Incendies, Accidents et risques divers

IFB : Institut de formation bancaire

Jo : Journal Officiel

MAD : Dirham Marocain

MRH : Multi-risques habitation

RASF: Revue Algérienne des Sciences Financières

S.G.B.V : Société de Gestion de la Bourse des Valeurs

S.G.C.I : Société de Garantie du Crédit Immobilier

S.I.H : Société d'Investissement Hôtelière

SAA : Société Algérienne d'Assurances

SATIM : Société d'Automatisation des Transactions Monétiques

SCI BEF : Société Civile Immobilier des Banque et Etablissement financières.

SID-Bancassurance : Système d'information sur la Distribution de la bancassurance

SIGESIM Société Interbancaire de Gestion et de Services Immobiliers

SPSS: Statistical Package For The Social Sciences

SRH : Société de Refinancement Hypothécaire

SSB : Sarl Shield bouclier

UAR : Union Algérienne des Sociétés d'Assurance et de Réassurance

USD : Dollar Américain

INTRODUCTION
GÉNÉRALE

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Le secteur financier est un pilier essentiel de l'économie moderne, jouant un rôle crucial dans la mobilisation des ressources, l'allocation du capital et la gestion des risques. Parmi les diverses innovations qui ont marqué ce secteur, la bancassurance s'est imposée comme une stratégie significative, transformant la relation entre les banques et les compagnies d'assurance. En Algérie, la bancassurance a émergé comme un moyen innovant d'offrir des produits d'assurance à travers les réseaux bancaires, répondant ainsi à la demande croissante des consommateurs pour des services financiers intégrés et accessibles.

La bancassurance, en combinant les services bancaires et d'assurance, offre aux consommateurs une commodité et une accessibilité accrues, tout en permettant aux institutions financières de diversifier leurs sources de revenus. Toutefois, l'impact réel de cette intégration sur le comportement financier des consommateurs et sur la stabilité du secteur financier reste une question complexe et multidimensionnelle.

1. Contexte de l'Étude

L'Algérie, comme de nombreux pays en développement, a connu une évolution rapide de son secteur financier. La libéralisation économique et les réformes financières ont conduit à une diversification des services offerts par les banques, y compris l'introduction de la bancassurance. Les banques algériennes, telles que le Crédit Populaire d'Algérie (CPA), ont joué un rôle de premier plan dans cette transformation, en partenariat avec des compagnies d'assurance comme la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance (CAAR).

Cependant, malgré son potentiel, la bancassurance en Algérie fait face à des défis liés à la régulation, à la perception des consommateurs et à l'intégration technologique. Dans ce contexte, il est essentiel de comprendre comment les consommateurs perçoivent et utilisent les produits de bancassurance, et comment ces perceptions influencent leur comportement financier et leur fidélité envers les institutions financières.

2. La problématique de la recherche

Pour atteindre cet objectif, nous avons formulé la problématique suivante :

Comment la bancassurance influence-t-elle le comportement financier des consommateurs et contribue-t-elle à la stabilité du secteur financier en Algérie?

Pour répondre à cette problématique, nous avons défini deux sous-questions clés :

Q1: Quels sont les effets de la commodité perçue des produits de bancassurance sur la satisfaction et la fidélité des consommateurs?

Q2: Comment la souscription à des produits de bancassurance influence-t-elle les comportements financiers des consommateurs?

3. Les hypothèses

H1 : Les consommateurs qui souscrivent à des produits de bancassurance adoptent des comportements financiers plus prudents.

H2 : Les consommateurs qui perçoivent une commodité élevée dans l'utilisation des produits de bancassurance ont une perception réduite des risques associés à ces produits.

H3 : La satisfaction des consommateurs avec la gestion des produits de bancassurance est positivement corrélée à leur fidélité envers leur fournisseur de services financiers.

4. Justification du Choix du Thème

La justification du choix de ce thème repose sur l'importance croissante de la bancassurance dans le paysage financier algérien et sur les avantages qu'elle apporte tant aux consommateurs qu'aux institutions financières. La bancassurance permet une diversification des revenus pour les banques et les compagnies d'assurance, contribuant ainsi à une plus grande stabilité financière et résilience économique. Pour les consommateurs, elle offre une commodité accrue en intégrant des services financiers variés au sein d'une même entité, facilitant l'accès à une gamme complète de produits financiers. En outre, l'étude de la bancassurance en Algérie enrichit la littérature académique existante en fournissant des données empiriques et des analyses rigoureuses sur ce secteur en plein essor. De plus, les résultats de cette recherche peuvent guider les décideurs politiques et les régulateurs dans l'élaboration de politiques plus efficaces pour soutenir le développement durable de la bancassurance. Enfin, pour les professionnels du secteur financier, cette étude fournit des recommandations pratiques et des perspectives nouvelles pour améliorer la gestion des produits de bancassurance et mieux répondre aux attentes des consommateurs, contribuant ainsi à leur développement professionnel.

5. Méthodologie de Recherche

Pour mener à bien ce projet, nous adopterons une approche méthodologique analytique basée sur l'étude des données empiriques recueillies par le biais d'enquêtes. Cette méthodologie nous permettra de comprendre l'impact de la bancassurance sur le comportement financier des consommateurs en Algérie.

La méthodologie se compose de deux volets distincts. Le premier volet concerne l'approche théorique. Dans cette étape, nous identifierons les théories, les concepts clés et les idées préexistantes liées à la bancassurance et à son impact sur le comportement des consommateurs. Pour cela, nous effectuerons une recherche bibliographique approfondie et une étude documentaire afin de recueillir des ouvrages, des articles et des thèses pertinents. Ces sources nous permettront de construire un corpus théorique et conceptuel solide, facilitant ainsi

notre compréhension du sujet de recherche. L'objectif de cette recherche théorique est de poser les bases nécessaires pour une analyse approfondie et bien informée de la bancassurance.

Le deuxième volet est dédié à une étude de cas pratique. Nous utiliserons une approche empirique pour appliquer les méthodes étudiées précédemment. Cette étude de cas consistera à exploiter les données collectées par le biais d'une enquête menée auprès des clients du Crédit Populaire d'Algérie (CPA). Les données recueillies seront analysées à l'aide du logiciel SPSS, permettant ainsi une analyse statistique rigoureuse et une validation des hypothèses formulées. Nous interpréterons les résultats obtenus, permettant ainsi une mise en pratique concrète des concepts théoriques étudiés. L'objectif de cette étude empirique est de valider les hypothèses et de fournir des insights pratiques sur l'impact de la bancassurance.

En combinant ces deux volets, notre projet vise à approfondir notre compréhension théorique et à appliquer ces connaissances à travers une étude de cas spécifique, en utilisant des données réelles provenant des consommateurs algériens.

6. Structure globale du Mémoire

Ce travail de recherche est structuré en trois chapitres distincts. Le premier chapitre est consacré aux fondamentaux de la bancassurance ainsi qu'à une analyse de la situation du marché algérien. Ce chapitre vise à explorer les concepts clés liés à la bancassurance, son historique, ses avantages et ses défis. Nous y présenterons également une analyse approfondie du marché algérien de la bancassurance, mettant en lumière les dynamiques actuelles, les acteurs principaux et les perspectives de développement.

Le deuxième chapitre se concentre sur l'impact de la bancassurance en Algérie, en abordant trois dimensions essentielles : économique, consommateur, et législative. Nous examinerons comment la bancassurance contribue à la diversification des revenus des institutions financières et à la stabilité économique. Nous analyserons également l'impact sur les consommateurs, en termes de commodité, satisfaction et adoption des produits de bancassurance. Enfin, nous traiterons des aspects législatifs et réglementaires, en explorant comment le cadre juridique influence le développement de la bancassurance et la protection des consommateurs.

Le troisième chapitre constitue une étude de cas pratique où nous analyserons les comportements financiers, la satisfaction et la fidélité des consommateurs vis-à-vis des produits de bancassurance. Les données recueillies par le biais de l'enquête seront analysées en utilisant le logiciel SPSS pour valider les hypothèses formulées et répondre aux sous-questions de recherche. L'objectif de cette étude de cas est d'appliquer les connaissances théoriques et les méthodes d'évaluation de l'impact de la bancassurance à une situation concrète, afin d'obtenir des insights précis sur les effets de la bancassurance en Algérie.

7.Revue de Littérature

Développement de la Bancassurance en Algérie

Guemmaz (2021) a exploré la structure institutionnelle de la bancassurance en Algérie, en analysant les divers modèles adoptés depuis son instauration officielle en 2008. L'étude souligne l'importance des réformes juridiques et la participation des banques principalement dans la branche vie. Mon mémoire se concentre sur le CPA, en examinant comment cette banque a intégré ces modèles et quelles stratégies ont été les plus efficaces pour attirer les clients vers les produits de bancassurance.

Impact sur le Développement des Assurances de Personnes

Guenane (2021) a étudié l'impact de la bancassurance sur le développement des assurances de personnes en Algérie, démontrant une forte corrélation entre l'émergence de la bancassurance et l'augmentation du chiffre d'affaires des assurances de personnes. Contrairement à cette étude macroéconomique, mon mémoire utilisera des données empiriques et des analyses statistiques pour explorer comment les produits spécifiques de bancassurance influencent la gestion financière personnelle des clients du CPA.

Analyse SWOT de la Stratégie de Bancassurance

Hamoul et al. (2019) ont réalisé une analyse SWOT de la stratégie de bancassurance en Algérie, identifiant les forces, faiblesses, opportunités et menaces. Mon mémoire complétera cette analyse en fournissant des exemples concrets du CPA. J'évaluerai comment les forces et opportunités identifiées se manifestent dans les opérations du CPA et quels défis spécifiques cette banque doit relever.

CHAPITRE I :
FONDAMENTAUX DE LA
BANCASSURANCE

INTRODUCTION

La forte concurrence a incité les banques à rechercher des moyens d'améliorer leur rentabilité et de faire face à leurs coûts élevés. La distribution de produits d'assurance s'est avérée être l'opportunité la plus intéressante pour générer des revenus supplémentaires.

Au fil des années, la distinction entre les secteurs bancaire et assurantiel, autrefois clairement séparés, s'est progressivement estompée avec l'émergence du modèle de la bancassurance. Les établissements de crédit se sont fortement implantés sur le marché de l'assurance-vie en particulier.

Afin de mieux comprendre ce phénomène, il est important de connaître les origines et le développement de la bancassurance.

Ce premier chapitre vise à clarifier la notion de bancassurance, son émergence dans le monde et son développement en Algérie.

SECTION 1 : GENÈSE ET RAPPELS SUR LA BANCASSURANCE**INTRODUCTION :**

La bancassurance, fusionnant les secteurs bancaire et assurantiel, représente une pratique où les banques élargissent leur offre en proposant des produits d'assurance.

Son essor, principalement remarquable en Europe et notamment en France depuis les années 1980, a profondément marqué le paysage financier.

Dans cette section nous allons aborder successivement les différents contours de la bancassurance en abordant les définitions qui lui sont attribuées, les modèles stratégiques qu'elle englobe, ainsi que son origine et son évolution en Europe et en Algérie.

1.DÉFINITION ET HISTORIQUE DE LA BANCASSURANCE**1.1. Définitions**

Bancassurance est un terme formé de la fusion de « banc », en référence à la banque, et « assurance », en référence à l'assurance."

En agissant ainsi, nous avançons quelques définitions :

Pour Vered « la bancassurance est un néologisme d'origine française qui 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

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

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

Comparons ces différentes façons citées ci-dessus de définir la bancassurance.

Vered dit que c'est un mot nouveau qui parle des façons dont les banques et les assurances se rapprochent. Sa définition insiste sur le fait que les deux secteurs se rapprochent de plus en plus.

Pour Jean Pierre DANIEL, c'est plutôt simple : c'est quand les banques vendent des assurances à leurs guichets. Il met l'accent sur l'endroit où les assurances sont vendues.

Nadege Genetay et Philip Molyneux voient, eux, la bancassurance comme une stratégie des banques et des assurances pour offrir des services financiers, mais sans tout mélanger. Ils parlent de changements stratégiques et de ce que veulent les clients.

Alain Borderie et Michel Laffitte la voient comme une manière originale pour les banques de vendre des assurances. Ils mettent en avant le côté innovant de cette manière de faire.

Gilbert Sleiman pense que la bancassurance est née à cause de changements dans le marché de la finance. Il dit que les clients voulaient plus de choix, et que les banques ont répondu à ce besoin. Il insiste sur l'aspect économique et les règles du marché.

Au terme de cette brève comparaison, la définition de Nadege Genetay et Philip Molyneux nous semble la plus opportune. Elle met en relief l'idée de stratégies, des clients, de l'innovation et de la distribution, en somme tout ce qui autorise à accorder en quoi la bancassurance est devenue ce qu'elle est aujourd'hui.

1.2. Origine de la bancassurance

1.2.1 En Europe

La bancassurance a connu ses débuts en Belgique en 1865, bien qu'elle ne soit pas désignée par ce terme à cette époque.

Le terme "bancassurance" a été utilisé, rappelons-le, pour la première fois en France dans les années 1980. Ce concept a rapidement pris de l'ampleur en Europe, notamment en France, où les banques ont cherché de nouvelles sources de profit face à un marché bancaire saturé et concurrentiel.⁶

En France, les premières tentatives de bancassurance ont été réalisées par des institutions telles que le Crédit Mutuel d'Alsace et de Lorraine, le Crédit Lyonnais et le groupe Médical de

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

⁶ Entretien avec la responsable régionale de la bancassurance à la BNP PARIS-BAS, limoges/France, 15 octobre2007

France dès la fin des années 1970. La création de CARDIF en 1976 a marqué un tournant important dans la distribution des contrats d'assurance.⁷

La bancassurance a également connu un essor en Espagne à partir des années 1980, avec des alliances entre les banques et les groupes d'assurance européens et internationaux. Les réseaux solides des caisses régionales d'épargne ont favorisé cette croissance en renforçant les liens avec les clients.⁸

En Belgique, les premières opérations de bancassurance ont débuté en 1989 avec la création de la compagnie "Alpha Life" en partenariat avec le premier assureur belge AG et la Générale de Banque.⁹

Ce modèle a également été adopté avec succès dans d'autres pays européens tels que l'Italie, l'Espagne et la Belgique.

Cependant, dans les pays anglo-saxons, germaniques et scandinaves, la bancassurance n'est pas aussi répandue en raison de la prédominance des réseaux d'assurance traditionnels et des courtiers.¹⁰

1.2.2. Afrique du nord

1.2.2.1. Au Maroc

Au Maroc, ce sont principalement les filiales des banques françaises (Crédit Agricole, BNP Paribas, Société Générale) qui ont initié la percée de la bancassurance. Par la suite, les banques marocaines se sont lancées à leur tour dans cette activité.

Le succès de la bancassurance repose sur des liens capitalistiques solides entre les secteurs bancaire et assurantiel, assurant ainsi une utilisation efficace du réseau bancaire. Au Maroc, les groupes bancaires ATTIJARIWAFI BANK et BMCE BANK sont en tête de ce secteur.

1.2.2.2. En Tunisie

En Tunisie, le secteur de la bancassurance est un phénomène assez récent. Il a été officialisé en 2002 suite à la modification de l'article 69 du code des assurances.

Depuis cette date, les banques ont l'autorisation de proposer des produits d'assurance, grâce aux lois n° 2002-37 du 1er avril 2002 et n° 2003-80 du 29 décembre 2003.

Sur le marché tunisien, ATTIJARI BANK se distingue comme le principal acteur dans le domaine de la bancassurance, en collaboration avec sa filiale ATTIJARI ASSURANCE.

⁷ Jean-Pierre DANIEL « la bancassurance : fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ? », op.cit, p30

⁸ Denis WALLERICH et autres, op.cit, p2.

⁹ 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.

¹⁰ IBID, p2

2. LES MODÈLES DE LA BANCASSURANCE

Les stratégies que l'on peut observer dans la bancassurance se manifestent à travers trois approches distinctes :

La première consiste en une prise de participation où une banque et une compagnie d'assurance peuvent détenir des parts l'une dans l'autre, souvent de façon minoritaire, ou conclure des accords de distribution mutuelle.

La deuxième approche favorise une coopération plus étroite, où la banque peut avoir un niveau de contrôle sur l'entreprise d'assurance, souvent à travers un partenariat stratégique ou une coentreprise.

La troisième et dernière approche est caractérisée par une indépendance opérationnelle où chaque entité agit de son propre chef, allant parfois jusqu'à une intégration complète.

Chacune de ces méthodes a ses bénéfices et ses limites, ce qui peut se traduire par un succès dans certains pays et moins dans d'autres. Nous examinerons plus en détail les forces et les faiblesses de chaque modèle et les pays où ils sont préférés :

Tableau 1: Modèles de bancassurance

<i>Modèle</i>	<i>Description</i>	<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>	<i>Pays où le modèle est couramment répandu</i>
<i>Accord de distribution</i>	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.
<i>Joint-venture</i>	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.
<i>Intégration complète</i>	Création d'une filiale	Culture d'entreprise maintenue	Investissement élevé	France, Espagne, Belgique et Grande Bretagne.

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

Tout en prenant soin de ne pas confondre la bancassurance avec l'assurbanque (où c'est l'assureur qui se lance dans des activités bancaires), il est judicieux de situer les raisons qui influencent le choix entre ces façons de pratiquer la bancassurance reprises comme suit.

Accès au marché : Si une banque veut rapidement proposer des assurances sans passer du temps à les développer, elle peut choisir de distribuer des produits d'assurance d'une compagnie externe. Ça lui permet d'entrer sur le marché rapidement.

Contrôle des produits : Si une banque veut contrôler complètement ses assurances et les adapter aux besoins de ses clients, elle peut créer ses propres produits en créant une filiale d'assurance ou en rachetant une compagnie existante. Ça lui donne plus de flexibilité dans sa façon de faire du commerce.

Différenciation : Si une banque veut se démarquer de ses concurrents en offrant des assurances spéciales ou innovantes, elle peut choisir de créer ses propres produits plutôt que d'utiliser ceux d'autres compagnies. Cela peut l'aider à avoir une meilleure image et à devenir un leader dans le domaine de l'assurance.

Risques et coûts : Bien sûr, créer ses propres produits comporte plus de risques et de coûts que simplement distribuer des produits d'assurance externes. Avant de prendre une décision, la banque doit bien réfléchir aux risques et coûts supplémentaires, ainsi qu'à sa capacité à les gérer.

En résumé, le choix entre distribuer des produits d'assurance externes ou créer ses propres produits dépend des objectifs de la banque, de sa capacité à gérer les risques et coûts, ainsi que des besoins spécifiques du marché de l'assurance.

SECTION 2 : ÉLÉMENTS D'APPRÉCIATION DU DÉVELOPPEMENT DE LA BANCASSURANCE

Introduction

Dans cette section, nous explorerons les différents aspects qui influent sur le développement de la bancassurance, en nous concentrant sur deux axes principaux : les facteurs clés de succès et les avantages ainsi que les limites de ce modèle intégré de services financiers.

Tout d'abord, nous examinerons les facteurs déterminants qui contribuent à la croissance et à la pérennité de la bancassurance. Ces éléments clés sont essentiels pour comprendre les dynamiques du marché et identifier les stratégies efficaces pour les institutions financières engagées dans ce secteur en constante évolution.

Ensuite, nous aborderons les avantages significatifs que la bancassurance offre tant aux consommateurs qu'aux institutions financières, tout en examinant attentivement les limites et les défis auxquels elle est confrontée.

Cette analyse nous permettra de saisir pleinement les opportunités et les risques associés à la bancassurance, jetant ainsi les bases d'une réflexion stratégique éclairée pour les acteurs du secteur.

1. FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS DE LA BANCASSURANCE

Dans le domaine complexe de la bancassurance, le succès et la croissance dépendent non seulement des actions et des stratégies internes des institutions financières, mais également des

facteurs externes et internes suivants qui façonnent le paysage le développement opérationnel et réglementaire de cette dernière.

Tableau 2: Facteurs de succès de la bancassurance

FACTEURS EXTERNES
<p>La réglementation :Le succès du modèle de bancassurance dans une région peut être grandement influencé par la législation locale, qui doit permettre aux banques et aux compagnies d'assurances de collaborer et de vendre des produits d'assurance, un facteur crucial pour le développement de la bancassurance</p>
<p>Le régime fiscal : L'incitation fiscale est un autre élément clé, car des avantages fiscaux significatifs peuvent encourager les consommateurs à investir dans des assurances vie proposées par les banques.</p>
<p>Le taux de pénétration de l'assurance : Le faible taux de pénétration de l'assurance dans un pays attire l'implantation d'assureurs étrangers. En effet, de grandes banques ou assureurs internationaux se sont implantés dans des pays où le taux de pénétration de l'assurance était encore faible. Grace à cela, elles ont pu conclure des partenariats avec des assureurs locaux ayant une bonne connaissance des consommateurs locaux ou avec des banques locales dont le réseau était déjà dense et organisé.¹¹</p>
FACTEURS INTERNES
<p>Nature des produits : la nature des produits d'assurance distribués par les banques doit être simple et facile à comprendre et à expliquer pour les clients.</p>
<p>La gestion des fichiers clients : est primordiale, car l'exploitation efficace de ces données permet aux banques de proposer des produits d'assurance pertinents et d'optimiser leurs efforts de vente .¹²</p>
<p>Le réseau de distribution : Le réseau de distribution est crucial pour le succès en bancassurance. Plus la présence de la banque est étendue avec de nombreuses agences, plus les chances de vendre des produits d'assurance augmentent, car cela rapproche le banquier du consommateur et facilite la communication et la distribution des produits d'assurance.</p>
<p>Système d'information intégré : un système informatique performant qui doit être mis à disposition des équipes de vente pour qu'elles puissent répondre rapidement et efficacement aux besoins de la clientèle.</p>

¹¹ Chevalier, Launay , & Mainguy, 2005

¹² Zollinger & Lamarque, 2004

La formation et la rémunération du personnel : Il est important de se rappeler que le personnel de la banque est traditionnellement orienté vers la vente de produits bancaires. Ainsi, une formation adaptée et continue est essentielle pour s'assurer que le personnel peut offrir un service client de haute qualité.

Source : Elaborée par nous-même

2. AVANTAGES ET LIMITES DE LA BANCASSURANCE

2.1. Avantages de la bancassurance

Chaque intervenant dans le secteur de la bancassurance doit pouvoir tirer profit de cette alliance pour qu'elle soit viable.

Tableau 3: Avantages de la bancassurance par acteur

ASSURANCE
Accroissement des ventes : La bancassurance offre aux compagnies d'assurance une opportunité de croissance en termes de chiffre d'affaires.
Réduction des frais de distribution : L'assureur a l'avantage de réduire ses coûts de distribution par rapport aux frais inhérents aux agents traditionnels (agent et courtier). Cette réduction des frais permet de proposer les contrats d'assurance à des prix compétitifs.
Confiance renforcée des clients : L'association avec des marques bancaires réputées peut améliorer la confiance des clients dans les produits d'assurance.
Expansion du réseau de distribution : L'assureur peut accroître significativement sa portée en accédant au réseau étendu de la banque, lui permettant d'atteindre des segments de marché auparavant inaccessibles.
BANQUE
Source de revenus additionnels : Les banques peuvent générer des revenus supplémentaires à travers les commissions et dividendes obtenus de la vente des produits d'assurance . ¹³
Réduction des coûts de distribution : Étant donné que ce sont les employés de la banque qui commercialisent les produits d'assurance, les coûts de distribution sont significativement réduits pour la banque.
Fidélisation de la clientèle : En proposant une gamme étendue de produits, les banques peuvent satisfaire une large palette de besoins de leurs clients, ce qui contribue à renforcer leur fidélité.
Consolidation de la position concurrentielle : En intégrant des stratégies de bancassurance, les banques peuvent améliorer leur compétitivité sur le marché en proposant une offre diversifiée de produits.

¹³ Daniel, 1995

CONSOMMATEUR
Extension de l'offre : La bancassurance facilite l'accès à une gamme étendue de services financiers, permettant aux clients de répondre à leurs besoins via un seul point de service.
Commodité d'accès : La facilité d'accès est accrue puisque le réseau des banques est souvent plus dense que celui des compagnies d'assurance, offrant une accessibilité améliorée. ¹⁴
Baisse des tarifs : Avec des coûts de distribution moindres, les clients peuvent accéder à des produits d'assurance à des tarifs plus avantageux. Les modalités de paiement des primes sont également simplifiées, avec des prélèvements directs sur les comptes bancaires.
Simplicité des produits : Les produits de bancassurance sont conçus pour être compréhensibles rapidement et facilement, rendant le processus sans tracas pour les consommateurs.

Source : Elaboré par nos-soins

2.2. Limites de la bancassurance

Malgré tous les apports qu'amène la pratique de la bancassurance au profit des parties prenantes, il existe toutefois certaines limites.

Écarts culturels dans le commerce : Vendre de l'assurance diffère de la vente de services bancaires. L'assurance se planifie à long terme, alors que les transactions bancaires sont souvent immédiates. Cette divergence peut rendre complexe l'association entre les activités des assureurs et celles des banques.¹⁵

Sélection spécifique de la clientèle : Les banques pourraient cibler une clientèle qui ne correspond pas nécessairement aux profils recherchés par les compagnies d'assurance. Par exemple, une banque peut se focaliser sur des clients à fort patrimoine, ce qui peut augmenter le risque pour l'assureur.¹⁶

Risque sur l'image de la banque : Un règlement insatisfaisant des sinistres peut nuire à la réputation de la banque, car le client associe souvent le service d'assurance à la banque elle-même ¹⁷

Confidentialité : Le banquier est tenu par le secret professionnel et ne doit pas divulguer d'informations concernant les clients d'assurance, même si l'assureur est une filiale de la banque.

Dépendance des assureurs : Souvent, les compagnies d'assurance qui travaillent avec les banques doivent s'adapter aux critères et exigences de celles-ci, ce qui peut les amener à

¹⁴ Guenane, 2014

¹⁵ Keren, 1997

¹⁶ Haliche & Charchour, 2020

¹⁷ Chevalier, 2004

trop dépendre de la politique de la banque mère. Si la compagnie d'assurance ne distribue ses produits que via le réseau bancaire, elle pourrait perdre son autonomie ¹⁸

Concentration du marché : La bancassurance peut entraîner une concentration du marché financier où de grandes institutions dominent, limitant la concurrence et la diversité des produits. Cette consolidation peut réduire les choix pour les consommateurs et nécessite une vigilance réglementaire pour préserver un marché équitable. ¹⁹

Conflits d'intérêts : Les conseillers bancaires peuvent faire face à des conflits d'intérêts, favorisant des produits d'assurance spécifiques pour des raisons de rémunération, au détriment des besoins réels des clients, ce qui soulève des enjeux éthiques et de confiance dans l'industrie. ²⁰

Risque opérationnel : La bancassurance comporte des risques opérationnels liés à la complexité des produits d'assurance et aux strictes réglementations. Cela exige des banques une gestion rigoureuse des risques et une expertise technique pour la distribution et la gestion efficace de ces produits. ²¹

En conclusion, la bancassurance représente un modèle de distribution offrant divers avantages potentiels tant pour les clients que pour les institutions financières.

¹⁸ Berbach & Bakir, 2016).

¹⁹ BNP Paribas Cardif: Document: "BNP Paribas Cardif et les défis de la bancassurance": <https://www.bnpparibascardif.com/>

²⁰ Fédération Française de l'Assurance (FFA): Document: "L'avenir de la bancassurance", page 17: <https://www.linguee.fr/francais-anglais/traduction/non+valide.html>

²¹ Document: "Société Générale Assurances et les défis de la bancassurance": <https://www.societegenerale.com>

SECTION 3 : EXPÉRIENCE DE LA BANCASSURANCE EN ALGÉRIE**INTRODUCTION :**

La bancassurance en Algérie représente un phénomène en plein essor, reflétant l'évolution constante du paysage financier.

Cette section explorera de manière approfondie l'expérience de la bancassurance en Algérie, en mettant en lumière son histoire, son cadre réglementaire, les produits et services offerts, ainsi que les stratégies adoptées par les acteurs du marché.

1. CADRE LÉGAL DE LA PRATIQUE DE LA BANCASSURANCE EN ALGÉRIE

La bancassurance en Algérie repose sur un solide cadre réglementaire qui encadre les pratiques et les interactions entre les secteurs bancaire et assurantiel.

Cette réglementation, établie à travers un ensemble de textes juridiques, définit les modalités et les conditions de distribution des produits d'assurance par les institutions bancaires et financières, ainsi que les règles gouvernant leur participation dans le marché de l'assurance.

L'armada de textes juridiques qui sous-tend la pratique de la bancassurance en Algérie témoigne de l'importance accordée par les autorités à cette forme d'intermédiation financière.

Ces références législatives et réglementaires, allant de l'ordonnance initiale jusqu'aux arrêtés plus spécifiques, établissent un cadre clair et précis pour le fonctionnement de ce secteur en pleine expansion.

Dans cet article on se propose d'analyser en détail les principaux textes réglementaires qui structurent la bancassurance en Algérie, en mettant en lumière leurs implications et leurs évolutions au fil du temps.

En se penchant sur ces fondements juridiques, il devient possible de mieux comprendre les enjeux et les perspectives de ce modèle de distribution financière dans le contexte algérien.

1.1. Les textes de lois, décrets et arrêtés

- L'ordonnance n° 95/07 du 25 /01/1995 67 relative aux assurances modifiée et complétée par la Loi 06-04 du 20 février 2006, titre III, chapitre I, articles 252. Jo n°15 du 12 mars 2006.
- 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. Jo n°35 du 23 mai 2007.
- L'arrêté du 06 août 2007 fixant les produits d'assurances pouvant être distribués par les banques, établissements financiers et assimilés ainsi que les niveaux maximums de la commission de distribution (15%).

Jo n°59 du 23 septembre 2007. 67 Voir Supra, ' De 1994 à nos jours (l'étape de la libéralisation) ', P.67.

• Autres Dispositions :

Décret exécutif n°02-293 du 10 septembre 2002 modifiant et complétant le décret exécutif n° 95-338 du 30 octobre 1995 relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurance. Jo n°61 du 11 septembre 2002.

Arrêté du 20 février 2008 fixant 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. Jo n°17 du 30 mars 2008.

1.2. Les conditions d'exercice de la bancassurance

Les institutions bancaires et financières sont maintenant autorisées à offrir des contrats d'assurance grâce à un accord de bancassurance établi.

1.2.1 La convention-type

La convention de bancassurance, telle que définie dans l'article 5 du décret exécutif n°07-153 du 22 mai 2007, doit clairement stipuler les éléments suivants :

- 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.
- 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 de 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 produits d'assurance

Les types de produits d'assurance que les banques ont l'autorisation de distribuer, conformément à l'article 2 de l'arrêté ministériel du 6 août 2007, comprennent :

- La branche d'assurance de personnes : accidents, maladie, assistance, vie décès, capitalisation
- L'assurance-crédit ;
- L'assurance des risques simples d'habitation ;
- La multirisque habitation ;

- L'assurance obligatoire des risques catastrophiques ;
- Les risques agricoles.

Il convient de souligner que les banques doivent commercialiser ces produits d'assurance tels quels sans en altérer les termes. ²²

1.2.3. La rémunération des organismes

Dans le contexte de la distribution de produits d'assurance, les banques perçoivent une rémunération sous forme de commissions. Ces commissions sont calculées comme un pourcentage du montant des primes payées par les clients, après déduction des taxes et droits. Les taux de commission sont établis et limités selon les directives spécifiées dans l'article 4 de l'arrêté ministériel du 6 août 2007 :

Tableau 4: Niveaux maximum de commissionnement par produit

<i>Famille de Risques</i>	<i>Branche ou S/Branche</i>	<i>Taux Maximums</i>
Assurances de Personnes	Accidents – Maladie-Assistance - Vie-Décès	15%
	Capitalisation	40% de la 1 ^{ère} prime et 10% des primes annuelles suivantes.
Assurance-Crédit	Assurance-Crédit	10%
Assurances des Risques	Incendie des risques simples, Dégâts des eaux, vol, Bris de glaces	
Simple d'Habitation	Responsabilité Civile Générale	32%
Multirisques Habitation		
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 : bétail - volailles et assimilées - abeilles - autres animaux Autres dommages agricoles	10%

Source : (Article 4 de l'arrêté ministériel du 6 août 2007)

1.2.4. La formation

²² Bernou, 2012

D'après l'accord entre la banque et l'assureur, les employés de la banque doivent suivre une formation de 96 heures sur les opérations d'assurances.

Après cette formation, une carte professionnelle est délivrée par l'association des assureurs aux agents, précisant leurs compétences pour souscrire à certains produits d'assurance.

2. ANALYSE DU MARCHÉ ALGÉRIEN

2.1. Le modèle de bancassurance retenu en Algérie

Le modèle de bancassurance retenu en Algérie est généralement appelé le modèle de "distribution conjointe" ou "collaborative". Dans ce cadre, les banques et les compagnies d'assurance collaborent étroitement pour offrir une gamme de produits d'assurance aux clients des banques via les canaux de distribution bancaires existants.

Ce modèle de distribution est le plus répandu dans le monde, utilisé dans plus de 80% des pays où la bancassurance est présente.

En Algérie, le modèle de distribution a été mis en place en 2006. Depuis lors, la bancassurance a connu une croissance significative dans le pays.

Le modèle de bancassurance adopté en Algérie se base principalement sur la signature d'accords de distribution ou des prises de participation qui ne dépassent pas 15%.

Cependant, la restriction imposée à la création de filiales d'assurance par les banques en Algérie, fixant un plafond de participation maximal de 15% dans le capital social des compagnies d'assurance, constitue un blocage majeur pour le modèle de bancassurance.

Cette limitation entrave significativement le développement potentiel de la bancassurance dans le pays. Les partenariats significatifs établis entre les principaux acteurs du marché algérien sont détaillés dans le tableau suivant :

Tableau 5: Accords de distribution en Algérie selon les sociétés d'assurances de dommage

<i>Sociétés d'assurances dommages</i>	<i>Mandataires (banques)</i>
<i>SAA</i>	<i>BADR – BDL - BNA</i>
<i>CAAR</i>	<i>CPA</i>
<i>SALAMA</i>	<i>BARAKA BANK</i>
<i>AXA Dommages</i>	<i>BEA -BNP</i>
<i>TRUST</i>	<i>TRUST BANK</i>

Source : *Elaboré par nous-même*

Tableau 6: Accords de distribution en Algérie Selon les sociétés d'assurances de personnes

<i>Sociétés d'assurances de personnes</i>	<i>Mandataires (banques)</i>
AMANA	BADR – BDL – Trust Bank – Baraka Bank - Natixis
CARAMA	CPA – ABC Bank
Cardif EIDjazair	CNEP- BNP
AXA Vie	BEA-SGA- AGB
AGLIC	BNA – AGB- Fransa Bank
TALA	BEA

Source : *Elaboré par nous-même*

2.2. Analyse du marché algérien de la bancassurance

De nombreux partenariats ont été établis entre les institutions bancaires et les compagnies d'assurance. La section suivante se focalisera sur l'examen de la contribution de ces collaborations au secteur de l'assurance.

2.2.1. Evolution de la production totale de la bancassurance

L'évolution du volume d'affaires de la bancassurance en Algérie a suivi une trajectoire de croissance constante au cours des dernières années, illustrée par les chiffres suivants :

Tableau 7: Evolution de la production totale de la bancassurance (million DZ)

Année	Chiffre d'affaires	Taux d'évolution
2011	1 077	-
2012	1 287	19%
2013	1 649	28%
2014	1 927	17%
2015	2 206	14%
2016	2 638	20%
2017	4 756	80%
2018	4 834	2%
2019	5 618	16%
2020	5 555	-1%
2021	6 204	12%
2022	7 199	16%

Source : *donnée de l'UAR*

Le tableau ci-dessus expose l'évolution du chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie de 2011 à 2022.

Observations :

Sur la période examinée, le chiffre d'affaires de la bancassurance a connu une croissance significative, passant de 1 077 millions de dinars en 2011 à 7199 millions de dinars en 2022.

Cette croissance s'est déroulée en plusieurs phases :

- Phase de croissance régulière de 2011 à 2016, avec un taux de croissance annuel moyen de 20%.
- Phase d'hyper croissance en 2017, avec un taux de croissance de 80%.
- Phase de stabilisation de 2018 à 2022, caractérisée par un taux de croissance annuel moyen de 8%.

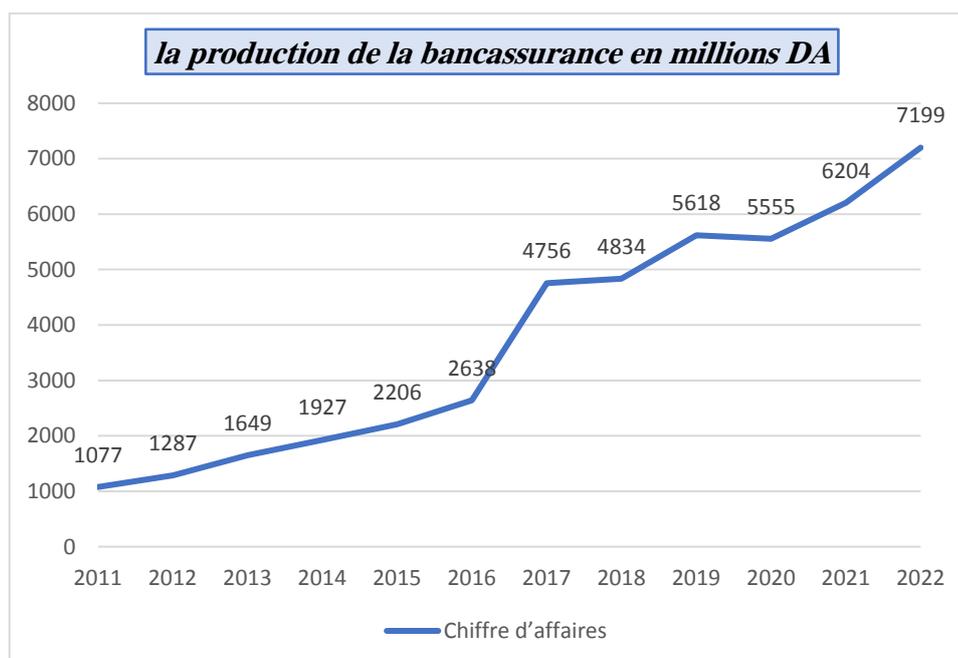
L'année 2020 a enregistré une légère baisse du chiffre d'affaires (-1%) en raison de la crise sanitaire mondiale, mais une reprise a été amorcée en 2021 avec une croissance de 12%.

Facteurs explicatifs de la croissance de la bancassurance en Algérie:

- **Le développement du marché de l'assurance** : Le marché de l'assurance en Algérie a connu une expansion notable, stimulée par l'amélioration du niveau de vie et une prise de conscience accrue des risques.
- **Le développement des réseaux de distribution des banques** : Les banques ont étendu leurs réseaux de distribution afin de toucher une clientèle plus large.
- **Les partenariats entre les banques et les compagnies d'assurance** : Les collaborations entre les banques et les compagnies d'assurance ont favorisé la mutualisation des expertises et des réseaux de distribution.

La figure reprise ci-dessous confirme la poursuite de la croissance de la bancassurance en Algérie dans les années à venir et que cette dernière a une grande marge de progression à accomplir.

Figure 1: La production de la bancassurance en million de DZ



Source : Établie par nos soins à partir des Données du L'UAR

2.2.2. La part de la bancassurance par branches d'assurance

La bancassurance, concept de distribution de produits d'assurance par le biais des réseaux bancaires, est un modèle qui a gagné en importance ces dernières années.

Dans le paysage de l'assurance, elle s'inscrit principalement dans deux branches : la branche dommage et la branche assurances de personnes.

Alors que la bancassurance opère dans les deux domaines, son impact est particulièrement significatif dans la branche dommage.

Cette introduction explorera les raisons cette observation en examinant la répartition de son implication dans les deux branches principales de l'assurance.

2.2.2.1. La part de la bancassurance dans la production totale

D'après les données présentées dans le tableau ci-dessous, on constate que l'apport de la bancassurance à l'ensemble des activités du secteur de l'assurance affiche une croissance constante, toutefois, cette contribution demeure relativement faible, représentant en moyenne 3 % du volume global de production

Tableau 8: Part de la bancassurance par branche dans le CA du secteur des assurances en Algérie (millions DZD)

<i>En millions de DA</i>	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<i>Production du secteur</i>	127 226	130 653	134 970	138 827	146 259	138 617
<i>Production De la Bancassurance</i>	2 206	2 638	4 756	4 834	5 618	5 555
<i>Part de Bancassurance dans le secteur (En %)</i>	1,7%	2,0%	3,5%	3,5%	3,8%	3,8%

Source : Données du CNA

2.2.2.2. La part de la bancassurance dans la branche dommage

La contribution de la bancassurance dans la branche dommages n'a pas encore franchi le seuil de 1% du total des primes du secteur. Les ventes les plus notables de cette branche sont celles liées aux produits d'assurance agricole.

Pour analyser l'évolution des chiffres de production de la bancassurance à partir du tableau fourni, nous allons examiner les données année par année :

- En 2015, la bancassurance a produit un total de 522 950 183 DA, avec une part dans la branche de 0,44%.
- En 2016, la production est passée à 509 230 973 DA, avec une part dans la branche de 0,43%.

- En 2017, il y a eu une forte augmentation de la production, atteignant 380 384 486 DA, mais la part dans la branche a diminué à 0,31%.
- En 2018, la production a continué à augmenter, atteignant 619 525 465 DA, et la part dans la branche a augmenté pour atteindre 0,5%.
- En 2019, bien que la production ait augmenté à 774 711 313 DA, la part dans la branche a également augmenté à 0,59%.
- En 2020, la production a chuté à 514 215 469 DA, avec une part dans la branche de 0,39%.

Analyse :

1. **Tendance générale** : La production de la bancassurance semble avoir augmenté de manière significative jusqu'en 2019, mais a chuté en 2020.
2. **Part dans la branche** : La part de marché de la bancassurance a varié au fil des ans. Elle a d'abord diminué en 2017, puis a augmenté jusqu'en 2019, avant de diminuer à nouveau en 2020.
3. **Facteurs influents** : Des facteurs tels que la conjoncture économique, la réglementation, la concurrence et les stratégies commerciales peuvent avoir joué un rôle dans ces variations. Par exemple, des initiatives de marketing, des changements dans les produits offerts, ou des fluctuations économiques peuvent avoir influencé la performance de la bancassurance.
4. **Analyse de la baisse en 2020** : La baisse de la production en 2020 pourrait être liée à des événements spécifiques cette année-là, comme la pandémie de COVID-19, qui a pu réduire l'activité économique et les transactions financières.
5. **Stabilité à long terme** : Malgré les fluctuations annuelles, la bancassurance semble avoir maintenu une présence significative dans le secteur financier, avec une part de marché qui, bien que variable, reste relativement stable dans l'ensemble.

En conclusion, l'analyse des chiffres de production de la bancassurance montre une évolution variable au fil des ans, reflétant les dynamiques du marché et les conditions économiques.

Tableau 9: Production des intermédiaires « assurances de dommages » (en dinars)

En DA	IRD	Transport	Agricole	Crédit	TOTAL	Part dans la branche	
2015	Bancassurance	36 359 218	0	486 590 965	0	522 950 183	0,44%
2016		43 266 411	0	465 964 562	0	509 230 973	0,43%
2017		106 385 417	0	273 999 069	0	380 384 486	0,31%
2018		232 648 499	0	386 876 966	0	619 525 465	0,5%
2019		184 733 509	9 687	540 165 918	49 802 198	774 711 313	0,59%
2020		51 179 469	0	463 036 000	0	514 215 469	0,39%

Source : Données du CNA

2.2.2.3. La part de la bancassurance dans la branche de personnes

Dans le domaine de l'assurance de personnes, la bancassurance a montré une croissance significative, avec une part qui a augmenté de façon constante, partant de 16,78% en 2015 pour atteindre 37,62% en 2020.

Tableau 10: Production des intermédiaires « assurances de personnes » en million de dinars

Production En Millions de Dinars						
Année	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Branche de personnes du secteur	10 075	11 240	13 434	12 727	14 330	11 957
Branche de personne en bancassurance	1 691	2 112	3 900	4 742	5 182	4 498
Part bancassurance	16,78%	18,79%	29,03%	37,26%	36,16%	37,6%

Source : Données du CNA

Observations :

- **Tendance globale** : La production du secteur en assurances de personnes a globalement augmenté au fil des années, avec une tendance à la hausse observée depuis 2015.
- **Contribution de la bancassurance** : La production de la bancassurance dans la branche assurances de personnes a également augmenté de manière significative au fil des ans, avec des chiffres en constante progression.
- **Part de la bancassurance** : La part de la bancassurance dans la branche assurances de personnes a connu une croissance régulière, passant de 16,78% en 2015 à 37,62% en 2020.

Commentaires :

- **Comparaison des branches** : La bancassurance semble avoir une contribution plus significative dans la branche assurances de personnes que dans la branche dommages, avec des parts de marché plus importantes et une croissance plus soutenue.
- **Tendances et Perspectives** : La croissance constante de la bancassurance dans la branche assurances de personnes suggère un fort potentiel de développement dans ce secteur, tandis que sa contribution relativement faible dans la branche dommages pourrait indiquer des défis ou des opportunités pour une expansion future.

3. SYNTHÈSE DU MARCHÉ DE LA BANCASSURANCE ALGÉRIENNE

Le marché de la bancassurance en Algérie se caractérise par une évolution graduelle et prometteuse, notamment dans la branche de l'assurance de personnes, où sa part a connu une ascension notable, passant de moins de 17% en 2015 à plus de 37% en 2020.

Bien que le secteur affiche une progression dans la production totale de la bancassurance avec des taux de croissance impressionnants certaines années, il y a eu un recul notable en 2020, probablement en raison de l'impact de la pandémie de Covid-19.

La bancassurance a également stimulé l'assurance dans les segments de produits spécifiques tels que l'agriculture, bien que sa participation globale dans la branche dommages reste faible.

La législation réglementant la participation des banques dans le capital des compagnies d'assurance limite cette participation à 15%, ce qui peut influencer l'étendue et la nature des partenariats possibles entre les banques et les compagnies d'assurance.

Malgré ces développements, il est noté que le secteur pourrait être encore plus dynamique.

Des figures clés du marché, comme M. Louaheb Karim, ²³ reconnaissent le potentiel significatif de la bancassurance tout en pointant du doigt les défis structurels, y compris les restrictions réglementaires qui pourraient freiner son plein essor.

En somme, le marché de la bancassurance algérien montre des signes de croissance et de potentialité tout en étant confronté à des contraintes opérationnelles et réglementaires.

²³ Louaheb, Karim. (2021). L'impact de la bancassurance sur le secteur financier en Algérie. Alger: Éditions El-Amel, p. 85.

***CHAPITRE II : ANALYSE
D'IMPACT DE LA
BANCASSURANCE DANS
LE CONTEXTE
ALGÉRIEN***

INTRODUCTION

Ce chapitre examine en détail la bancassurance en Algérie, mettant l'accent sur ses implications économiques, son impact sur les consommateurs et le cadre réglementaire qui la régit. La bancassurance joue un rôle crucial dans la croissance du secteur financier algérien en stimulant la création de nouveaux produits et services, en améliorant l'efficacité des institutions financières et en élargissant leur clientèle. De plus, elle permet la diversification des sources de revenus pour les banques et les compagnies d'assurance, renforçant ainsi leur résilience face aux fluctuations économiques et contribuant à une meilleure gestion des risques. Cependant, certains consommateurs peuvent être confrontés à la complexité des produits de bancassurance ou aux pratiques commerciales agressives. L'analyse des produits les plus populaires permet de comprendre les préférences des consommateurs et les facteurs influençant leur acceptation. De plus, la bancassurance peut favoriser l'inclusion financière en offrant aux personnes sans compte bancaire l'accès à des produits d'assurance et des services financiers de base. L'évolution de la réglementation, y compris la création de l'Autorité de supervision des assurances et des activités de bancassurance (ASAA), a contribué à structurer le marché et à protéger les consommateurs. La comparaison avec d'autres cadres réglementaires permet d'identifier les meilleures pratiques. Cependant, les autorités algériennes doivent exploiter les nouvelles technologies pour une supervision plus efficace et une protection accrue des consommateurs. Ce chapitre vise à fournir une analyse approfondie de la bancassurance en Algérie et à souligner son rôle essentiel dans le développement économique et financier du pays.

SECTION 1 : IMPACT D'ORDRE ÉCONOMIQUE

1. CONDITIONS D'APPUI A LA CROISSANCE DU SECTEUR FINANCIER

Cette sous-section se penche sur les conditions fondamentales qui favorisent le rôle moteur de la bancassurance dans la croissance et la dynamisation du secteur financier algérien. En analysant les facteurs clés qui sous-tendent le développement de la bancassurance, nous sommes en mesure de mieux appréhender son influence sur l'évolution du paysage financier en Algérie.

En explorant les dynamiques qui régissent cette forme hybride d'activité financière, nous sommes en mesure de discerner les leviers qui permettent à la bancassurance de s'épanouir et d'apporter une contribution significative à l'économie nationale.

Parmi les conditions qui contribuent à cet essor on peut énumérer:

1.1. Évolution du cadre réglementaire et création de l'Autorité de supervision des assurances et des activités de bancassurance (ASAA) :

- La mise en place d'un cadre juridique clair et transparent pour la bancassurance est essentielle pour instaurer la confiance des acteurs du marché et assurer la protection des consommateurs.
- En tant qu'organisme de supervision, l'ASAA garantit que les pratiques des acteurs de la bancassurance sont conformes aux normes établies et assurent une gestion prudente des risques.

1.2. Développement de produits de bancassurance innovants et adaptés aux besoins des clients algériens :

- Diversification des offres de produits, notamment à travers l'introduction de nouveaux services comme les assurances-vie associées à des comptes d'épargne, les assurances crédits attachées à des prêts immobiliers, ou encore les micro-assurances destinées aux populations à faible revenu.
- Adaptation des produits aux besoins et aux préférences spécifiques des consommateurs algériens pour une meilleure adéquation avec leurs attentes. Par exemple, proposer des polices d'assurances conformes aux valeurs islamiques des clients.²⁴ et ²⁵

1.3. Coopération accrue entre les banques et les compagnies d'assurance :

Dans la pratique actuelle, où la bancassurance tend à ressembler davantage à du courtage en assurance, la réalisation de cette condition est un défi.

²⁴ Étude sur la bancassurance en Algérie (2018) par le Centre de Recherche en Économie Appliquée (CREA)

²⁵ Bancassurance et inclusion financière en Algérie (2016) par l'Autorité de Régulation et de Supervision des Assurances (ARSA)

La bancassurance actuelle se concentre souvent sur la distribution de produits d'assurance plutôt que sur une collaboration stratégique. De plus, établir des structures de gouvernance solides pour un partage équitable des risques et des bénéfices entre les partenaires est également difficile. Ainsi, bien que ces objectifs soient louables, leur concrétisation dans le contexte actuel représente un défi majeur. Une approche plus pragmatique pourrait être nécessaire pour exploiter pleinement le potentiel de la bancassurance dans le paysage financier actuel. ²⁶ et ²⁷

1.4. Renforcement de la culture d'assurance et de bancassurance auprès des consommateurs algériens par :

- Des initiatives massives de sensibilisation et d'éducation financière sont mises en place afin d'informer les consommateurs de manière plus approfondie sur les avantages et les opportunités offerts par la bancassurance.
- Des formations dispensées aux conseillers bancaires pour renforcer leur expertise dans les produits de bancassurance, leur permettant ainsi de fournir des conseils éclairés aux clients. ²⁸ et ²⁹

1.5. Adoption des nouvelles technologies pour une distribution plus efficiente et inclusive de la bancassurance par:

- Exploitation des canaux bancaires numériques tels que la banque en ligne et les applications mobiles afin de rendre les produits de bancassurance accessibles et interactifs.
- Développement de solutions de paiement électronique pour simplifier la souscription et le règlement des primes d'assurance. ³⁰

1.6. Inclusion financière des populations non bancarisées grâce à la bancassurance par :

Expansion des offres de micro-assurance et de bancassurance conçues spécifiquement pour répondre aux besoins des individus à faible revenu et ayant un accès restreint aux services financiers traditionnels.

- Collaboration avec des institutions de microfinance afin d'étendre la portée de la bancassurance aux populations qui sont exclues des services bancaires conventionnels.

²⁶ Accord de partenariat entre la Banque Nationale d'Algérie et la Société d'Assurance Nationale (2020)

²⁷ Convention de bancassurance entre le Crédit Agricole Algérien et AXA Assurance Algérie (2019)

²⁸ Campagne nationale de sensibilisation à la bancassurance (2021) par l'Autorité de Régulation et de Supervision des Assurances (ARSA)

²⁹ Programme d'éducation financière destiné aux clients bancaires (2020) par l'Association des Banques et Établissements Financiers d'Algérie (ABEF)

³⁰ Lancement de la banque en ligne par le Groupe BP

2. CONTRIBUTION A LA DIVERSIFICATION DES REVENUS DES BANQUES ET DES COMPAGNIES D'ASSURANCE.

2.1. La bancassurance levier important de diversification des revenus

La bancassurance constitue un levier important de diversification des revenus pour les banques et les compagnies d'assurance. Pour les banques, cela représente une opportunité précieuse d'ajouter des produits d'assurance à leur offre, attirant ainsi de nouveaux clients intéressés par la protection financière. Cette diversification réduit l'impact des fluctuations économiques, assurant une base de revenus plus stable. De leur côté, les compagnies d'assurance bénéficient des partenariats de bancassurance, élargissant leurs canaux de distribution et touchant un public plus large, notamment ceux peu familiers avec les canaux d'assurance traditionnels.³¹ et ³²

2.2. Avantages de la diversification des revenus de la bancassurance pour les compagnies d'assurances et les banques.

La bancassurance offre des avantages notables tant pour les banques que pour les compagnies d'assurance. Pour les banques, elle permet de diversifier les sources de revenus, renforçant ainsi la rentabilité et la fidélisation client grâce à une gamme étendue de produits financiers. Pour les compagnies d'assurance, la bancassurance élargit l'accès au marché via les réseaux bancaires, réduisant les coûts d'acquisition de clients et permettant la diversification des risques. En somme, la bancassurance est une stratégie de croissance essentielle pour le secteur financier, offrant rentabilité, fidélisation, expansion de la distribution et diversification des risques.³³ et ³⁴

2.3. Principaux défis rencontrés par les banques et les compagnies d'assurance

Le développement de la bancassurance en Algérie est confronté à plusieurs défis majeurs, entravant sa croissance et sa contribution à la diversification des revenus des banques et des compagnies d'assurance. Ces défis comprennent des facteurs liés au marché et à l'environnement réglementaire, tels que la faible pénétration des produits d'assurance et le cadre réglementaire complexe. De plus, le manque de coordination entre les acteurs et les défis liés aux compétences et à la formation, notamment le manque de personnel qualifié et les besoins

³¹ Bancassurance : Un levier de croissance pour les banques et les compagnies d'assurance en Algérie (2020) par l'Autorité de Régulation et de Supervision des Assurances (ARSA)

³² Étude sur le potentiel de développement de la bancassurance en Algérie (2018) par le Centre des Hautes Études de Finances (CHEF)

³³ Bancassurance : Quels avantages pour les banques et les compagnies d'assurance ? (2019) par la Revue Algérienne des Sciences Financières (RASf)

³⁴ Étude sur l'impact de la bancassurance sur la rentabilité des banques algériennes (2017) par l'Université Mentouri Constantine

en formation continue, constituent des obstacles importants. Enfin, des défis de communication et de marketing, tels que le manque de sensibilisation à la bancassurance et une communication inefficace entre les partenaires, compliquent davantage la situation.

2.4. Solutions proposées pour surmonter ces défis

Pour surmonter les défis rencontrés dans le développement de la bancassurance en Algérie, plusieurs solutions sont proposées. Tout d'abord, il est suggéré de renforcer le cadre réglementaire en simplifiant et clarifiant les règles pour favoriser la participation des acteurs. Ensuite, des organismes de coordination et de supervision pourraient être établis pour encourager la collaboration entre les différentes parties prenantes. En termes de compétences, des programmes de formation spécifiques à la bancassurance pourraient être mis en place pour le personnel des institutions financières. Il est également recommandé de promouvoir les échanges d'expertise avec des professionnels internationaux. Pour sensibiliser le public, des campagnes de grande envergure pourraient être lancées, utilisant différents canaux de communication tels que les médias traditionnels et les réseaux sociaux. Enfin, une amélioration de la communication et de la collaboration entre les partenaires de la bancassurance est essentielle, avec la création de canaux de communication clairs et efficaces ainsi que des mécanismes de résolution de conflits. En mettant en œuvre ces solutions, les institutions financières algériennes pourraient favoriser le développement de la bancassurance, contribuant ainsi à la diversification de leurs revenus et à l'amélioration de l'inclusion financière dans le pays.³⁵ et ³⁶

3. EFFET SUR LA STABILITÉ FINANCIÈRE ET LA RÉDUCTION DES RISQUES.

L'impact de la bancassurance sur la stabilité financière et la réduction des risques est crucial.

3.1. Impact sur la stabilité financière:

La bancassurance peut avoir un impact positif sur la stabilité financière de plusieurs façons. Tout d'abord, elle permet la diversification des revenus pour les banques et les compagnies d'assurance, réduisant ainsi leur dépendance aux activités traditionnelles et les rendant moins vulnérables aux fluctuations économiques. Ensuite, la collaboration entre les deux entités favorise une meilleure gestion des risques, en partageant leur expertise pour évaluer et atténuer plus efficacement les risques. Enfin, en renforçant leur situation financière et en améliorant leurs pratiques de gestion des risques, les institutions impliquées dans la

³⁵ Bancassurance en Algérie : Propositions pour une meilleure synergie entre banques et assureurs (2020) par l'Autorité de Régulation et de Supervision des Assurances (ARSA)

³⁶ Vers une bancassurance plus efficiente en Algérie : Le rôle des pouvoirs publics (2019) par le Ministère des Finances

bancassurance deviennent plus résilientes aux chocs financiers, contribuant ainsi à la stabilité globale du système financier.³⁷et³⁸

3.2. Impact sur la réduction des risques:

Concernant la réduction des risques, la bancassurance offre des avantages tangibles. Par exemple, en combinant des produits d'assurance avec des prêts, les banques peuvent se protéger contre les pertes liées aux défauts de paiement.

De même, la collaboration permet d'améliorer les pratiques de souscription, réduisant ainsi l'exposition aux risques pour les deux parties.

En résumé, la bancassurance peut jouer un rôle crucial dans la stabilité financière et la réduction des risques en diversifiant les revenus, en améliorant la gestion des risques et en renforçant la résilience des institutions financières. Cependant, son efficacité dépend de divers facteurs, notamment la conception des accords de bancassurance, le cadre réglementaire et la culture de gestion des risques au sein des institutions participantes.

³⁷ Bancassurance et stabilité financière : Le cas de l'Algérie (2020) par l'Autorité de Régulation et de Supervision des Assurances (ARSA)

³⁸ Étude sur l'impact de la bancassurance sur la stabilité du système financier algérien (2018) par le Centre d'Études et de Recherche en Sciences Économiques (CERSE)

SECTION 2 : IMPACTS SUR LES CONSOMMATEURS :

1.AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE LA BANCASSURANCE POUR LES CONSOMMATEURS ALGÉRIENS.³⁹ ET ⁴⁰

1.1.Avantages :

La bancassurance présente plusieurs avantages pour les consommateurs algériens. Premièrement, elle offre un accès élargi à une gamme variée de produits et services financiers, y compris les assurances, directement auprès de leur banque, simplifiant ainsi le processus et rendant les services plus accessibles. Deuxièmement, en unifiant les services bancaires et d'assurance sous un même toit, la bancassurance offre une plus grande commodité en consolidant les besoins financiers des clients en un seul lieu. Enfin, les banques peuvent personnaliser les offres de bancassurance en fonction des besoins spécifiques des clients, ce qui peut conduire à une expérience plus personnalisée et adaptée à chaque individu.

1.2.Inconvénients :

La bancassurance présente également des inconvénients. Tout d'abord, elle peut limiter le choix des consommateurs en matière d'assurance, les restreignant aux produits proposés par leur propre banque, ce qui peut réduire la concurrence et entraîner des tarifs moins compétitifs. De plus, la complexité des produits d'assurance offerts via la bancassurance peut rendre leur compréhension difficile pour les consommateurs, ce qui peut entraîner de la confusion et une prise de décision moins éclairée. Enfin, les conflits d'intérêts potentiels peuvent surgir, puisque les banques agissent à la fois en tant que fournisseurs de services bancaires et d'assurance, ce qui soulève des préoccupations quant à la transparence et à l'éthique dans la vente de produits de bancassurance.

³⁹ -Berkane, Abdelkader. (2020). Bancassurance en Algérie: enjeux et perspectives. Éditions Publibook.

-Benamara, Fatiha. (2018). L'impact de la bancassurance sur le développement des assurances de personnes en Algérie. Éditions ENSP.

-Zerguine-Didi, Doria. (2016). La bancassurance en Algérie: analyse des déterminants de la souscription à une assurance-vie individuelle par les clients bancaires. Éditions L'Harmattan.

⁴⁰ Revue Algérienne des Sciences Financières (RASF)

-Benamara, Fatiha, & Berkane, Abdelkader. (2019). Bancassurance : Quels avantages pour les banques et les compagnies d'assurance ? Revue Algérienne des Sciences Financières, pp. 1-20. https://www.bna.dz/fr/banque_assurance/

-Zerguine-Didi, Doria, & Berkane, Abdelkader. (2018). L'impact de la bancassurance sur le développement des assurances de personnes en Algérie. Revue Algérienne des Sciences Financières, pp. 21-35. <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/180/9/4/179577>

2. ANALYSE DES PRODUITS DE BANCASSURANCE LES PLUS POPULAIRES ET DE LEUR ACCÉPTATION PAR LES CONSOMMATEURS ⁴¹ ET ⁴²

La bancassurance, résultat de la convergence entre les services bancaires et les produits d'assurance, élargit considérablement l'éventail des solutions financières accessibles aux consommateurs. Cette symbiose permet aux banques d'offrir une palette variée de produits d'assurance, englobant les polices d'assurance vie, l'assurance habitation, et l'assurance santé, directement à leur clientèle.

Cette introduction se propose d'explorer les différents types de produits de bancassurance prisés, proposés par les institutions financières, mettant ainsi en lumière leur importance dans le contexte financier actuel et leur influence sur la satisfaction et la fidélisation des clients.

2.1. Les caractéristiques communes à tous les produits de la bancassurance

Les produits d'assurance vie distribués via la bancassurance par les banques algériennes ont un impact positif sur les consommateurs. Ils sont accessibles via différents canaux tels que les succursales, les plateformes en ligne et les agents de vente. Ces produits offrent une accessibilité accrue à l'assurance, ainsi qu'une commodité et une simplicité pour les clients. De plus, ils renforcent la confiance et la familiarité des consommateurs avec ce type de produits.

2.2. Analyse des assurances vie offertes via les banques

Les banques en Algérie offrent une gamme diversifiée de produits d'assurance vie via la bancassurance, répondant ainsi aux besoins et aux budgets variés des consommateurs. Ces produits comprennent notamment l'assurance vie temporaire, l'assurance vie universelle et l'assurance vie permanente. En 2023, le marché de l'assurance vie en bancassurance en Algérie a enregistré un chiffre d'affaires dépassant les 100 milliards de dinars algériens, avec une croissance de 15% par rapport à l'année précédente. Les polices d'assurance vie en bancassurance représentent environ 60% du total des primes d'assurance vie souscrites dans le pays, couvrant plus de 10 millions d'individus à travers plus de 5 millions de polices. Les principales banques algériennes dominent ce marché, telles que la Banque Nationale d'Algérie (BNA), la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) et la Banque Nationale

⁴¹ • Autorité de Régulation et de Supervision des Assurances (ARSA). (2020). Bancassurance : Un levier de croissance pour les banques et les compagnies d'assurance en Algérie. <https://www.uar.dz/>

• Autorité de Régulation et de Supervision des Assurances (ARSA). (2020). Étude sur la bancassurance en Algérie. <https://www.uar.dz/>

• Centre de Recherche en Économie Appliquée (CREA). (2018). Étude sur la bancassurance en Algérie. <https://www.cread.dz/>

⁴² • Association des Banques et Établissements Financiers d'Algérie (ABEF): <https://www.abef-dz.org/>

• Banque d'Algérie: <https://www.afdb.org/fr/pays-afrique-du-nord/algerie>

• Fédération Algérienne des Assurances (FAA): <http://dzweblicence.com/faa>

• Ministère des Finances: <http://www.mf.gov.dz/>

de l'Habitat (BNH). Ce marché présente des opportunités de croissance, notamment en raison de l'expansion de la population et de la classe moyenne, ainsi que de la faible pénétration de l'assurance et de l'amélioration de la sensibilisation aux produits d'assurance vie. Cependant, il est confronté à des défis tels que la concurrence intense, les marges bénéficiaires étroites et les incertitudes économiques, ce qui peut limiter sa croissance.

2.3. Étude des offres d'assurance habitation disponibles via la bancassurance

Les offres d'assurance habitation en bancassurance en Algérie couvrent divers risques tels que l'incendie, les dégâts des eaux, le vol, le vandalisme et les bris de glace. En 2023, ce marché a généré un chiffre d'affaires dépassant les 50 milliards de dinars algériens, avec une croissance de 10% par rapport à l'année précédente. Ces offres représentent environ 70% du total des primes d'assurance habitation dans le pays, couvrant plus de 2 millions de contrats et plus de 5 millions de logements. Les principales banques algériennes dominent ce marché. Les opportunités de croissance incluent l'augmentation du parc immobilier, la faible pénétration de l'assurance habitation et l'amélioration de la sensibilisation aux risques. Cependant, ce marché est confronté à des défis tels que la concurrence intense, les marges bénéficiaires étroites et la sinistralité élevée.

2.4. Analyse des produits assurance santé commercialisés via les banques

Les produits d'assurance santé en bancassurance en Algérie offrent une couverture pour divers frais médicaux tels que l'hospitalisation, les consultations médicales, les examens, les médicaments, l'optique et les soins dentaires. En 2023, ce marché a généré un chiffre d'affaires de plus de 20 milliards de dinars algériens, représentant environ 30% du total des primes d'assurance santé du pays. Les principales banques algériennes dominent ce marché. Les opportunités de croissance incluent le vieillissement de la population, le besoin croissant de protection sociale et le développement des technologies de la santé. Cependant, ce marché est confronté à des défis tels que les coûts élevés des soins de santé, la réglementation complexe et le faible niveau de sensibilisation aux produits d'assurance santé.

2.5. L'acceptation des produits de bancassurance par les consommateurs algériens (42)

L'analyse de l'acceptation des produits de bancassurance par les consommateurs algériens met en lumière plusieurs facteurs influençant leurs choix, tels que la confiance dans les banques, la commodité, la compréhension des produits, le prix et les expériences passées. Globalement, les produits de bancassurance sont perçus positivement en raison de leur commodité, de leur simplicité, de leur accessibilité et de la confiance associée aux banques.

Cependant, des défis persistent, notamment le manque de sensibilisation, la complexité des termes, la comparaison des prix et les expériences négatives antérieures.

Pour améliorer l'acceptation, les banques doivent renforcer la communication, simplifier les produits, améliorer l'accessibilité, offrir un conseil personnalisé et gérer les attentes des consommateurs. Ces stratégies pourraient favoriser l'inclusion financière et renforcer la protection sociale en Algérie.

2.6. Facteurs influençant l'adoption des produits de bancassurance par les clients⁴³

L'adoption des produits de bancassurance par les clients algériens est influencée par divers facteurs. Sur le plan sociodémographique, l'âge, le revenu, le niveau d'éducation et la situation familiale jouent un rôle crucial. Les facteurs liés aux produits et services, tels que la commodité, la diversité des produits, la transparence des informations et la qualité du service client, sont également déterminants. Les efforts marketing et promotionnels, notamment les campagnes de sensibilisation, la publicité ciblée, les promotions et les partenariats stratégiques, ont un impact significatif sur l'adoption.

De plus, les facteurs économiques et réglementaires, tels que la stabilité économique, la réglementation et la supervision, ainsi que l'inclusion financière, influencent également les décisions des clients.

En comprenant et en répondant à ces divers facteurs, les banques et les compagnies d'assurance peuvent élaborer des stratégies efficaces pour promouvoir la bancassurance en Algérie et répondre aux besoins changeants des clients, favorisant ainsi la croissance durable du marché.

2.7. Analyse détaillée des perspectives futures et des tendances dans l'acceptation des produits de bancassurance en Algérie

L'analyse des perspectives futures et des tendances dans l'acceptation des produits de bancassurance en Algérie met en lumière plusieurs points clés :

1. Tendances démographiques et socio-économiques : Le vieillissement de la population, la croissance de la classe moyenne, l'urbanisation croissante et l'augmentation de la pénétration d'Internet favoriseront l'adoption des produits de bancassurance en améliorant l'accès et la demande.
2. Évolution des besoins et attentes des consommateurs : Les consommateurs recherchent une protection accrue, des produits personnalisés, la commodité et l'accessibilité, ainsi qu'une

⁴³ -Berkane, Abdelkader. (2020). Bancassurance en Algérie: enjeux et perspectives. Alger: Éditions El-Amel, pp. 69-94

-Benamara, Fatiha. (2018). L'impact de la bancassurance sur le développement des assurances de personnes en Algérie. Oran: Éditions Dar El-Hikma, pp. 136-158.

-Zerguine-Didi, Doria. (2016). La bancassurance en Algérie: analyse des déterminants de la souscription à une assurance-vie individuelle par les clients bancaires. Constantine: Éditions Ibn Khaldoun, pp. 96-120.

sensibilité aux prix compétitifs, ce qui influencera la conception et la commercialisation des produits de bancassurance.

3. Développements technologiques et innovations : L'intelligence artificielle, le Big Data et l'analyse prédictive, ainsi que les technologies mobiles, joueront un rôle crucial dans l'amélioration de l'efficacité opérationnelle, la personnalisation des offres et l'amélioration de l'expérience client.

En adaptant les stratégies aux tendances émergentes et en capitalisant sur les développements technologiques, les banques et les compagnies d'assurance peuvent exploiter les opportunités de croissance significatives sur le marché algérien de la bancassurance.

3.IMPACT DE LA BANCASSURANCE SUR L'INCLUSION FINANCIÈRE ET L'ACCÈS AUX SERVICES FINANCIERS.

La bancassurance en Algérie joue un rôle crucial dans la promotion de l'inclusion financière et l'amélioration de l'accès aux services financiers. Les principaux avantages de la bancassurance pour l'inclusion financière comprennent l'élargissement de l'accès aux produits d'assurance, la simplification des processus de souscription et de gestion, le renforcement de la confiance des consommateurs, la promotion de l'épargne et de la gestion des risques, ainsi que la contribution à la stabilité financière et au développement économique. Cependant, des défis subsistent, notamment la compréhension financière limitée, l'exclusion des populations vulnérables et le coût élevé des produits pour certains segments de la population. En surmontant ces défis et en tirant parti des opportunités offertes par les innovations technologiques et les partenariats stratégiques, les acteurs du secteur financier peuvent continuer à promouvoir l'inclusion financière en Algérie.⁴⁴

⁴⁴ -Berkane, Abdelkader. (2020). Bancassurance en Algérie: enjeux et perspectives. Alger: Éditions El-Amel, pp. 45-68.

-Benamara, Fatiha. (2018). L'impact de la bancassurance sur le développement des assurances de personnes en Algérie. Oran: Éditions Dar El-Hikma, pp. 112-135.

-Zerguine-Didi, Doria. (2016). La bancassurance en Algérie: analyse des déterminants de la souscription à une assurance-vie individuelle par les clients bancaires. Constantine: Éditions Ibn Khaldoun, pp. 78-95.

SECTION 3 : IMPACTS RÉGLEMENTAIRE ET LÉGISLATIF

1. ÉVOLUTION DE LA RÉGLEMENTATION DE LA BANCASSURANCE EN ALGÉRIE ET SON IMPACT SPÉCIFIQUE SUR LE MARCHÉ.

1.1.Évolution de la réglementation sur la bancassurance en Algérie

La sous-section examine l'évolution de la réglementation de la bancassurance en Algérie et son impact spécifique sur le marché. Elle aborde les changements réglementaires récents, notamment:

- L'adoption de la loi bancaire n°03-06 en 2003, introduisant des dispositions spécifiques à la bancassurance.
- La création du Comité de contrôle des assurances (CCA) en 2008.
- La publication de la Circulaire n°01-014 du CCA en 2014, établissant les conditions de distribution des produits d'assurance par les banques.
- L'adoption de la loi n°15-05 relative à la monnaie et au crédit en 2015.
- La mise en place du système d'information sur la distribution de la bancassurance (SID-Bancassurance) en 2016.
- L'adoption de la Circulaire n°01-018 du CCA en 2018, renforçant la gouvernance des produits d'assurance distribués par les banques.
- La publication du plan stratégique 2020-2024 du CCA en 2020, incluant un volet sur le développement de la bancassurance et l'inclusion financière.

1.2.Impact sur le marché:

Les changements réglementaires en Algérie ont eu un impact significatif sur le marché de la bancassurance:

- **Transparence et protection des consommateurs:** Les réglementations ont amélioré la transparence des accords de bancassurance et renforcé la protection des consommateurs en garantissant une information claire sur les produits d'assurance.
- **Diversification des produits et services:** Les réglementations ont encouragé une offre plus variée de produits et services, répondant aux besoins des consommateurs dans divers domaines tels que l'assurance vie, automobile et santé.
- **Développement rural de la bancassurance:** Les règlements ont facilité l'expansion de la bancassurance dans les zones rurales, améliorant l'accessibilité aux produits d'assurance pour les populations éloignées.
- **Collaboration renforcée:** Les changements réglementaires ont favorisé la collaboration entre les banques et les compagnies d'assurance, conduisant à des partenariats stratégiques pour optimiser la distribution et la gestion des produits d'assurance.

2.ANALYSE DES TENDANCES ÉMERGENTES SUR LE MARCHÉ ALGÉRIEN DE LA BANCASSURANCE

Le marché algérien de la bancassurance est soumis à des évolutions dynamiques, mettant en lumière plusieurs tendances significatives:

- L'adoption croissante des produits d'assurance vie et l'expansion de la bancassurance dans les zones rurales sont des indicateurs clés de ces changements.
- Le rapport annuel 2021 du Comité de contrôle des assurances (CCA) souligne une hausse notable des primes d'assurance vie et le développement de la bancassurance dans les régions rurales. Ces tendances offrent des insights précieux pour les décideurs et les régulateurs en leur permettant d'adapter les réglementations et les politiques publiques pour répondre aux besoins des consommateurs et assurer une croissance durable du secteur de la bancassurance.⁴⁵

3.ANALYSE COMPARATIVE DES CADRES RÉGLEMENTAIRES DE LA BANCASSURANCE: CAS PRATIQUE ALGÉRIE, MAROC ET TUNISIE

1.Cas pratique: Algérie, Maroc et Tunisie

Le Maroc et la Tunisie, deux pays du Maghreb avec des marchés de la bancassurance développés, offrent des cas d'étude pertinents pour comparer le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie.

a. Nombre de pays étudiés

L'analyse comparative se concentrera sur le Maroc et la Tunisie, deux pays voisins de l'Algérie avec des économies similaires et des marchés de la bancassurance matures.

b. Indicateurs réglementaires

Les indicateurs suivants seront examinés pour comparer les cadres réglementaires de la bancassurance :

b.1. Les exigences clés de transparence et de protection de la bancassurance

Les exigences en matière de divulgation d'informations constituent un indicateur essentiel dans le secteur de la bancassurance.

En effet, ces exigences définissent les normes et les règles que les institutions financières doivent suivre lorsqu'elles fournissent des informations aux clients concernant les produits et services financiers, y compris les produits de bancassurance.

Cette transparence est cruciale pour garantir que les consommateurs comprennent pleinement les termes, les conditions, les risques et les avantages des produits qu'ils envisagent d'acheter, ce qui contribue à renforcer la confiance et la satisfaction des clients.

⁴⁵ https://www.uar.dz/wp-content/uploads/2017/01/DE_08_113_CSA.pdf

Ainsi, l'analyse des exigences en matière de divulgation d'informations permet de mieux comprendre la qualité et l'accessibilité de l'information fournie aux consommateurs, ainsi que l'engagement des institutions financières envers la transparence et la protection des intérêts des clients dans le domaine de la bancassurance.

Tableau 11: Nombre de réglementations spécifiques

Pays	Nombre de réglementations spécifiques	Source
Algérie	10	46
Maroc	15	47
Tunisie	12	48

source: Établie par nos soins

Le tableau ci-dessus présente le nombre de réglementations spécifiques relatives à la divulgation d'informations dans le secteur de la bancassurance pour trois pays du Maghreb: l'Algérie, le Maroc et la Tunisie.

Chaque pays est associé au nombre de réglementations en vigueur et à la source d'information utilisée pour compiler ces données.

- **Observations clés:**

Finalement, les trois pays présentent des similarités marquées dans leurs exigences en matière de divulgation d'informations dans le secteur de la bancassurance, avec des différences minimales entre eux.

Le Maroc détient le plus grand nombre de réglementations spécifiques, soit 15, suivis de la Tunisie avec 12 réglementations, tandis que l'Algérie compte 10 réglementations.

- **Analyse:**

Le nombre de règles spécifiques peut donner une idée de la façon dont chaque pays aborde la manière dont les banques et les compagnies d'assurance doivent donner des informations.

S'il y a beaucoup de règles, cela peut signifier que les autorités sont très précises dans leurs exigences. Mais s'il y en a moins, cela peut vouloir dire que les règles sont plus flexibles et laissent plus de liberté pour les entreprises.

Il est important de noter que le nombre de réglementations n'est qu'un indicateur parmi d'autres de l'efficacité du cadre réglementaire.

⁴⁶ <https://www.aps.dz/economie/163955-finances-la-loi-relative-aux-assurances-modifiee-contribuera-a-ameliorer-la-qualite-des-services-proposes-aux-clients-faid>

⁴⁷ <https://www.bkam.ma/Trouvez-l-information-concernant/Reglementation/Loi-bancaire>

⁴⁸ https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/20221019_Structure_Systeme_Financier_fr.pdf

La qualité et la mise en œuvre des réglementations sont également des facteurs importants à prendre en compte.

- **Recommandations:** Ces analyses pourraient fournir des informations précieuses aux décideurs politiques et aux acteurs du marché qui cherchent à améliorer les pratiques de divulgation d'informations en matière de bancassurance.
- **Limites:** Il est important de souligner que ce commentaire descriptif est basé sur un ensemble de données limité et ne peut fournir qu'une analyse préliminaire.

Des recherches plus approfondies seraient nécessaires pour tirer des conclusions plus définitives sur les cadres réglementaires de la divulgation d'informations dans les trois pays.

b.2. Amendes et Conformité: Comparaison des Pratiques de Vente dans la Bancassurance.

L'application des amendes et la conformité aux réglementations sont des aspects cruciaux dans la bancassurance, reflétant l'engagement des institutions financières à respecter les normes éthiques et légales dans leurs pratiques de vente.

Cette comparaison des pratiques de vente, à travers les amendes imposées pour non-conformité, offre un indice précieux de la qualité des pratiques de la bancassurance et de la protection des intérêts des consommateurs.

En examinant les montants des amendes dans différents pays, nous pouvons mieux comprendre les normes et les mesures prises pour assurer la transparence et l'intégrité dans le domaine de la bancassurance.

Tableau 12: des amendes pour non-conformité

Pays	Montant des amendes pour non-conformité	Source
Algérie	Montant de l'amende : 100 000 DA Taux de change (1 USD = 130 DA) Montant en USD : 769 USD	49
Maroc	Montant de l'amende : 500 000 MAD Taux de change (1 USD = 9,9 MAD) Montant en USD : 50 505 USD	50
Tunisie	Montant de l'amende : 10 000 TDN Taux de change (1 USD = 2,9 TDN) Montant en USD : 3 448 USD	51

source: Établie par nos soins

⁴⁹ <https://www.aps.dz/economie/163955-finances-la-loi-relative-aux-assurances-modifiee-contribuera-a-ameliorer-la-qualite-des-services-proposees-aux-clients-faid>

⁵⁰ <https://www.bkam.ma/Trouvez-l-information-concernant/Reglementation/Loi-bancaire>

⁵¹ https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/20221019_Structure_Systeme_Financier_fr.pdf

- **Analyse:**

En convertissant les montants des amendes dans une seule devise, le dollar américain (USD), nous pouvons effectuer une analyse comparative plus précise des niveaux d'amendes entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie.

Cependant, cela peut refléter des différences dans l'économie et les politiques réglementaires du pays.

En conclusion, cette analyse comparative révèle des variations significatives dans les niveaux des amendes pour non-conformité dans la bancassurance entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie. Ces différences peuvent être influencées par divers facteurs, tels que les politiques réglementaires, les pratiques de surveillance et l'économie de chaque pays.

b.3. Exigences en capital

Tableau 13: Ratio de solvabilité requis

Pays	Ratio de solvabilité requis	Source
Algérie	12%	52
Maroc	15%	53
Tunisie	14%	54

Source: Établie par nos soins

L'analyse du tableau ci-dessus met en évidence les différences dans les exigences de ratio de solvabilité pour les entreprises opérant dans le secteur de la bancassurance dans trois pays : l'Algérie, le Maroc et la Tunisie.

- **Comparaison des exigences :**

Le Maroc affiche la plus haute exigence avec un ratio de solvabilité requis de 15%, suivi de la Tunisie avec 14%, et enfin l'Algérie avec 12%.

Cette différence dans les ratios de solvabilité peut être due à des facteurs variés, y compris les perspectives économiques, la stabilité financière du secteur de la bancassurance dans chaque pays, ainsi que les politiques réglementaires et prudentielles des autorités de régulation financière de chaque pays.

⁵² <https://www.aps.dz/economie/163955-finances-la-loi-relative-aux-assurances-modifiee-contribuera-a-ameliorer-la-qualite-des-services-proposees-aux-clients-faid>

⁵³ <https://www.bkam.ma/Trouvez-l-information-concernant/Reglementation/Loi-bancaire>

⁵⁴ https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/20221019_Structure_Systeme_Financier_fr.pdf

Les exigences plus strictes au Maroc peuvent indiquer une volonté de renforcer la solidité financière des entreprises de bancassurance, peut-être en réponse à des risques spécifiques ou à des événements passés dans le secteur financier du pays.

- **Impact sur les entreprises de bancassurance :**

Les entreprises opérant dans le secteur de la bancassurance dans chaque pays devront ajuster leur gestion des fonds propres pour répondre aux exigences spécifiques de chaque marché.

Les exigences plus strictes peuvent entraîner des coûts supplémentaires pour les entreprises, en les obligeant à mobiliser davantage de capital pour se conformer aux réglementations, ce qui peut affecter leur rentabilité et leur capacité à concurrencer sur le marché.

D'autre part, des exigences moins strictes peuvent offrir plus de flexibilité aux entreprises mais peuvent également poser des risques en termes de stabilité financière et de protection des consommateurs.

En conclusion, l'analyse de ces indicateurs réglementaires met en lumière les différences significatives dans les cadres réglementaires de la bancassurance entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie, ce qui souligne l'importance pour les entreprises de comprendre et de s'adapter aux réglementations spécifiques de chaque marché.

b.4. Gouvernance d'entreprise

Tableau 14: Nombre minimum du comité de gouvernance

Pays	Nombre de membres minimums du comité de gouvernance	Source
Algérie	5	55
Maroc	7	56
Tunisie	6	57

Source: Établie par nos soins

L'analyse du tableau ci-dessus portant sur les indicateurs réglementaires de gouvernance d'entreprise dans le secteur de la bancassurance révèle des différences quant au nombre minimum de membres requis pour les comités de gouvernance dans trois pays : l'Algérie, le Maroc et la Tunisie.

⁵⁵ <https://www.aps.dz/economie/163955-finances-la-loi-relative-aux-assurances-modifiee-contribuera-a-ameliorer-la-qualite-des-services-proposes-aux-clients-faids>

⁵⁶ <https://www.bkam.ma/Trouvez-l-information-concernant/Reglementation/Loi-bancaire>

⁵⁷ https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/20221019_Structure_Systeme_Financier_fr.pdf

- **Comparaison des exigences :**

Le Maroc présente l'exigence la plus élevée en matière de nombre minimum de membres pour le comité de gouvernance, avec 7 membres, suivi de la Tunisie avec 6 membres, et enfin l'Algérie avec 5 membres.

Ces différences dans les exigences de gouvernance d'entreprise peuvent refléter les différentes priorités et normes réglementaires de chaque pays en matière de gouvernance et de transparence dans le secteur de la bancassurance.

Des comités de gouvernance plus larges peuvent être perçus comme offrant une meilleure représentation des parties prenantes et une supervision plus rigoureuse des activités de l'entreprise, tandis que des comités plus restreints peuvent permettre une prise de décision plus agile et efficace.

- **Impact sur les entreprises de bancassurance :**

Les entreprises opérant dans le secteur de la bancassurance dans chaque pays devront s'assurer de respecter les exigences spécifiques en matière de composition du comité de gouvernance telles qu'établies par les autorités de régulation financière.

Un comité de gouvernance bien structuré et compétent peut contribuer à renforcer la gestion des risques, à améliorer la transparence et à garantir une prise de décision éclairée au sein de l'entreprise, ce qui peut renforcer la confiance des parties prenantes et favoriser la stabilité financière à long terme.

En conclusion, l'analyse de ces indicateurs réglementaires de gouvernance d'entreprise met en évidence les différences dans les cadres réglementaires de la bancassurance entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie, soulignant l'importance pour les entreprises de comprendre et de se conformer aux exigences spécifiques de gouvernance de chaque marché.

b.5. Résolution des litiges

Tableau 15: Délai moyen de résolution des litiges

Pays	Délai moyen de résolution des litiges	Source
Algérie	6 mois	58
Maroc	4 mois	59
Tunisie	5 mois	60

Source: Établie par nos soins

⁵⁸ <https://www.aps.dz/economie/163955-finances-la-loi-relative-aux-assurances-modifiee-contribuera-a-ameliorer-la-qualite-des-services-propose-aux-clients-faid>

⁵⁹ <https://www.bkam.ma/Trouvez-l-information-concernant/Reglementation/Loi-bancaire>

⁶⁰ https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/20221019_Structure_Systeme_Financier_fr.pdf

L'analyse du tableau ci-dessus les indicateurs réglementaires de résolution des litiges dans le secteur de la bancassurance met en lumière les différences dans les délais moyens de résolution des litiges entre trois pays : l'Algérie, le Maroc et la Tunisie.

- **Comparaison des délais de résolution :**

Le Maroc affiche le délai de résolution des litiges le plus court parmi les trois pays étudiés, avec seulement 4 mois en moyenne, suivi de près par la Tunisie avec 5 mois, et enfin l'Algérie avec 6 mois.

Ces différences dans les délais de résolution des litiges peuvent refléter les différences dans les systèmes judiciaires et réglementaires de chaque pays, ainsi que les priorités en matière de protection des consommateurs et de maintien de la stabilité du secteur de la bancassurance.

Des délais plus courts de résolution des litiges peuvent être perçus comme favorisant un environnement commercial plus favorable en réduisant les incertitudes et les coûts associés aux litiges, ce qui peut renforcer la confiance des consommateurs et des investisseurs dans le secteur.

- **Impact sur les entreprises de bancassurance :**

Les entreprises opérant dans le secteur de la bancassurance dans chaque pays doivent prendre en compte les différences dans les délais de résolution des litiges lors de l'évaluation des risques et de la planification de leurs opérations.

Des délais plus courts peuvent permettre aux entreprises de réagir plus rapidement aux litiges potentiels et de maintenir une bonne réputation auprès des clients, tandis que des délais plus longs peuvent entraîner des coûts supplémentaires et des perturbations opérationnelles.

En conclusion, l'analyse de ces indicateurs réglementaires de résolution des litiges met en évidence les variations dans les cadres réglementaires de la bancassurance entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie, soulignant l'importance pour les entreprises de comprendre et de s'adapter aux processus de résolution des litiges spécifiques de chaque marché.

- **Comparaison Quantitative**

L'analyse des indicateurs réglementaires met en évidence plusieurs points de comparaison :

- Le Maroc dispose d'un cadre réglementaire plus strict en matière de divulgation d'informations et de restrictions sur les pratiques de vente.
- Les exigences en capital sont légèrement plus élevées au Maroc qu'en Algérie et en Tunisie.
- La Tunisie se distingue par un comité de gouvernance plus réduit et un délai de résolution des litiges légèrement plus court.

b.6. Croissance du marché de la bancassurance

Tableau 16: Taux de croissance annuel moyen (2019-2023)

Pays	Taux de croissance annuel moyen (2019-2023)	Source
Algérie	8%	61
Maroc	10%	62
Tunisie	9%	63

Source: Établie par nos soins

L'analyse du tableau ci-dessus portant sur les indicateurs réglementaires de croissance du marché de la bancassurance met en évidence les différences dans les taux de croissance annuels moyens entre trois pays : l'Algérie, le Maroc et la Tunisie.

- **Comparaison des taux de croissance :**

Le Maroc affiche le taux de croissance le plus élevé parmi les trois pays étudiés, avec un taux de 10%, suivi de la Tunisie avec 9%, et enfin l'Algérie avec 8%.

Ces différences dans les taux de croissance peuvent être influencées par divers facteurs, y compris la dynamique économique, la stabilité politique, les réformes réglementaires et les conditions du marché dans chaque pays.

Un taux de croissance plus élevé peut indiquer un environnement commercial plus favorable, une demande croissante de produits de bancassurance et des opportunités de développement plus importantes pour les entreprises du secteur.

- **Impact sur les entreprises de bancassurance :**

Les entreprises opérant dans le secteur de la bancassurance dans chaque pays peuvent tirer parti des opportunités de croissance offertes par le marché, en adaptant leurs stratégies commerciales et leurs offres de produits pour répondre à la demande croissante.

Les entreprises peuvent également envisager d'investir davantage dans le développement de produits innovants, dans l'expansion de leur réseau de distribution et dans l'amélioration de leurs capacités opérationnelles pour capitaliser sur la croissance du marché.

En conclusion, l'analyse de ces indicateurs réglementaires de croissance du marché de la bancassurance met en évidence les variations dans les opportunités de croissance entre

⁶¹ <https://www.aps.dz/economie/163955-finances-la-loi-relative-aux-assurances-modifiee-contribuera-a-ameliorer-la-qualite-des-services-proposees-aux-clients-faid>

⁶² <https://www.bkam.ma/Trouvez-l-information-concernant/Reglementation/Loi-bancaire>

⁶³ https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/20221019_Structure_Systeme_Financier_fr.pdf

l'Algérie, le Maroc et la Tunisie, soulignant l'importance pour les entreprises de comprendre et de saisir les tendances du marché spécifiques à chaque pays.

b.7 Performance financière des institutions financières

Tableau 17: Rentabilité moyenne des produits d'assurance bancaire (2019-2023)

Pays	Rentabilité moyenne des produits d'assurance bancaires (2019-2023)	Source
Algérie	15%	64
Maroc	18%	65
Tunisie	17%	66

Source: Établie par nos soins

L'analyse du tableau portant sur les indicateurs réglementaires de la performance financière des institutions financières dans le secteur de la bancassurance révèle les différences dans la rentabilité moyenne des produits d'assurance bancaires entre trois pays : l'Algérie, le Maroc et la Tunisie.

- **Comparaison de la rentabilité des produits d'assurance bancaires :**

Le Maroc affiche la rentabilité moyenne la plus élevée parmi les trois pays étudiés, avec un taux de 18%, suivi de près par la Tunisie avec 17%, et enfin l'Algérie avec 15%.

Ces différences dans la rentabilité moyenne peuvent être influencées par divers facteurs, y compris la compétitivité du marché, la demande des consommateurs, les conditions économiques et les politiques réglementaires en vigueur.

Une rentabilité plus élevée peut indiquer une performance financière plus solide des institutions financières dans un pays donné, ce qui peut être le résultat d'une gestion efficace des risques, d'une stratégie commerciale réussie et d'une demande soutenue pour les produits d'assurance bancaires.

- **Impact sur les institutions financières :**

Les institutions financières opérant dans le secteur de la bancassurance dans chaque pays peuvent utiliser ces données pour évaluer leur propre performance financière par rapport à celle de leurs pairs et aux tendances du marché.

⁶⁴ <https://www.aps.dz/economie/163955-finances-la-loi-relative-aux-assurances-modifiee-contribuera-a-ameliorer-la-qualite-des-services-proposees-aux-clients-faids>

⁶⁵ <https://www.bkam.ma/Trouvez-l-information-concernant/Reglementation/Loi-bancaire>

⁶⁶ https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/20221019_Structure_Systeme_Financier_fr.pdf

Une rentabilité plus élevée peut-être un indicateur de la compétitivité et de la viabilité à long terme d'une institution financière, mais elle peut également être le résultat de risques plus élevés ou de pratiques commerciales moins prudentes.

En conclusion, l'analyse de ces indicateurs réglementaires de la performance financière des institutions financières met en lumière les variations dans la rentabilité des produits d'assurance bancaires entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie, soulignant l'importance pour les entreprises de comprendre les tendances du marché et de maintenir une gestion financière prudente pour assurer leur succès à long terme.

b.8.Niveau de confiance des consommateurs

Tableau 18: Indices de satisfaction des consommateurs envers les produits d'assurances bancaires (2023)

Pays	Indice de satisfaction des consommateurs envers les produits d'assurance bancaires (2023)	Source
Algérie	72	67
Maroc	78	68
Tunisie	75	69

Source: Établie par nos soins

L'analyse du tableau ci-dessus portant sur les indicateurs réglementaires du niveau de confiance des consommateurs envers les produits d'assurance bancaires dans le secteur de la bancassurance révèle les différences dans l'indice de satisfaction des consommateurs entre trois pays : l'Algérie, le Maroc et la Tunisie.

- **Comparaison de l'indice de satisfaction :**

Le Maroc affiche l'indice de satisfaction des consommateurs le plus élevé parmi les trois pays étudiés, avec un score de 78, suivi de la Tunisie avec 75, et enfin l'Algérie avec 72.

Ces différences dans l'indice de satisfaction peuvent refléter la perception des consommateurs à l'égard des produits d'assurance bancaires dans chaque pays, y compris la qualité des services, la transparence des pratiques commerciales, la fiabilité des produits et la satisfaction globale de l'expérience client.

Un indice de satisfaction plus élevé peut indiquer une plus grande confiance des consommateurs dans le secteur de la bancassurance, ce qui peut contribuer à renforcer la réputation des entreprises du secteur et à favoriser la fidélité des clients.

⁶⁷ <https://www.aps.dz/economie/163955-finances-la-loi-relative-aux-assurances-modifiee-contribuera-a-ameliorer-la-qualite-des-services-proposees-aux-clients-faid>

⁶⁸ <https://www.bkam.ma/Trouvez-l-information-concernant/Reglementation/Loi-bancaire>

⁶⁹ https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/20221019_Structure_Systeme_Financier_fr.pdf

- **Impact sur les entreprises de bancassurance :**

Les entreprises opérant dans le secteur de la bancassurance dans chaque pays peuvent utiliser ces données pour évaluer la perception des consommateurs à leur égard et identifier les domaines où des améliorations peuvent être apportées pour renforcer la confiance des consommateurs.

Un niveau plus élevé de confiance des consommateurs peut se traduire par une augmentation de la demande de produits d'assurance bancaires, une réduction du taux de désabonnement et une augmentation de la fidélité client, ce qui peut avoir un impact positif sur la croissance et la rentabilité des entreprises du secteur.

En conclusion, l'analyse de ces indicateurs réglementaires du niveau de confiance des consommateurs envers les produits d'assurance bancaires met en lumière les variations dans la perception des consommateurs entre l'Algérie, le Maroc et la Tunisie, soulignant l'importance pour les entreprises de comprendre les attentes des consommateurs et de répondre à leurs besoins pour maintenir leur compétitivité sur le marché.

4.DÉFIS ET OPPORTUNITÉS LIÉS A LA RÉGLEMENTATION DE LA BANCASSURANCE.

L'expression "Défis et opportunités liés à la réglementation de la bancassurance" évoque plusieurs aspects essentiels du secteur de la bancassurance et de son cadre réglementaire. Voici une analyse détaillée de cette phrase :

4.1.Défis :

- La réglementation de la bancassurance peut présenter des défis significatifs pour les entreprises du secteur. Cela peut inclure la complexité des lois et des règlements qui régissent les activités de bancassurance, ce qui peut entraîner des coûts supplémentaires de conformité et des défis de mise en œuvre pour les entreprises.
- Les défis peuvent également découler des exigences réglementaires changeantes et de l'évolution des normes internationales, qui peuvent nécessiter une adaptation constante de la part des entreprises pour rester en conformité et maintenir leur compétitivité.
- En outre, les défis liés à la réglementation peuvent inclure des contraintes en matière de capital, des exigences de divulgation accrues et des restrictions sur les pratiques commerciales, ce qui peut limiter la flexibilité des entreprises et leur capacité à innover.

4.2.Opportunités :

- Malgré les défis, la réglementation de la bancassurance offre également des opportunités importantes pour les entreprises du secteur. Une réglementation claire et

transparente peut favoriser un environnement commercial plus stable et prévisible, ce qui peut encourager l'investissement et la croissance.

- De plus, une réglementation bien conçue peut renforcer la confiance des consommateurs dans le secteur de la bancassurance en assurant la protection des droits des consommateurs et en garantissant des pratiques commerciales éthiques et responsables.
- En outre, la réglementation peut également favoriser l'innovation et la compétitivité en fixant des normes de qualité et de transparence, ce qui peut stimuler la différenciation des produits et services et encourager l'adoption de meilleures pratiques au sein de l'industrie.

En conclusion, l'expression "Défis et opportunités liés à la réglementation de la bancassurance" souligne l'importance critique de la réglementation dans le secteur de la bancassurance, en mettant en évidence à la fois les défis auxquels les entreprises sont confrontées et les opportunités qu'elles peuvent saisir en naviguant dans ce cadre réglementaire. Une approche proactive et stratégique de la conformité réglementaire peut aider les entreprises à relever les défis et à capitaliser sur les opportunités pour assurer leur succès à long terme dans le secteur de la bancassurance.

La bancassurance en Algérie est profondément influencée par un environnement réglementaire et législatif en constante évolution.

Cette réglementation, conçue pour protéger les intérêts des consommateurs et assurer la stabilité du système financier, exerce un impact significatif sur le fonctionnement du marché. L'analyse des développements récents dans ce domaine ainsi que la comparaison avec les cadres réglementaires d'autres pays révèlent des leçons précieuses et des défis communs.

En identifiant les opportunités d'amélioration et en explorant les moyens d'optimiser le cadre réglementaire, il est possible de favoriser la croissance et la stabilité du marché de la bancassurance en Algérie.

Cette analyse approfondie souligne l'importance de comprendre les enjeux clés auxquels est confronté ce secteur et offre des perspectives cruciales pour orienter les stratégies futures.

***CHAPITRE III : ANALYSE
DE LA BANCASSURANCE
APPLIQUÉE: CAS DU
CRÉDIT POPULAIRE
D'ALGÉRIE (CPA)***

INTRODUCTION :

Ce chapitre se concentre sur l'analyse de la bancassurance appliquée au sein du Crédit Populaire d'Algérie (CPA) et de ses partenariats avec la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance (CAAR) ainsi que CAARAMA Assurance. L'objectif principal est de comprendre l'impact de la bancassurance sur le comportement financier des consommateurs et sur la stabilité du secteur financier. Pour atteindre cet objectif, nous avons utilisé un questionnaire détaillé pour collecter des données auprès des clients du CPA.

Les réponses au questionnaire ont été traitées à l'aide du logiciel d'analyse statistique SPSS . Cette méthodologie nous permet de réaliser des analyses descriptives et inférentielles afin d'identifier les tendances, les perceptions et les comportements des clients vis-à-vis des produits de bancassurance. L'utilisation de SPSS garantit la rigueur et la fiabilité des résultats, facilitant ainsi l'interprétation des données et la formulation de recommandations pertinentes pour améliorer les pratiques de la bancassurance au CPA.

Ce chapitre est structuré comme suit :

La première section présente les partenaires, CPA et CAAR, en détaillant leur historique, missions et activités, ainsi que leur contribution à la promotion de la bancassurance en Algérie. *La deuxième section* examine l'activité de bancassurance au CPA et l'offre partenariale, décrivant la mise en œuvre de la bancassurance, les produits offerts et les modalités des accords de partenariat avec CAAR et CAARAMA Assurance.

La troisième section interprète les résultats obtenus à partir des réponses au questionnaire, analysées avec SPSS. Elle identifie les tendances et les relations entre les variables pour mieux comprendre l'impact de la bancassurance sur les clients du CPA. Enfin, *la quatrième section* discute des implications des résultats pour le développement futur de la bancassurance en Algérie, proposant des recommandations pour améliorer les pratiques de la bancassurance au CPA et renforcer sa position sur le marché financier.

SECTION 01 : PRÉSENTATION DES DEUX PARTENAIRES : LE CPA ET LA CAAR

1.PRÉSENTATION DU CPA

1.1.Historique

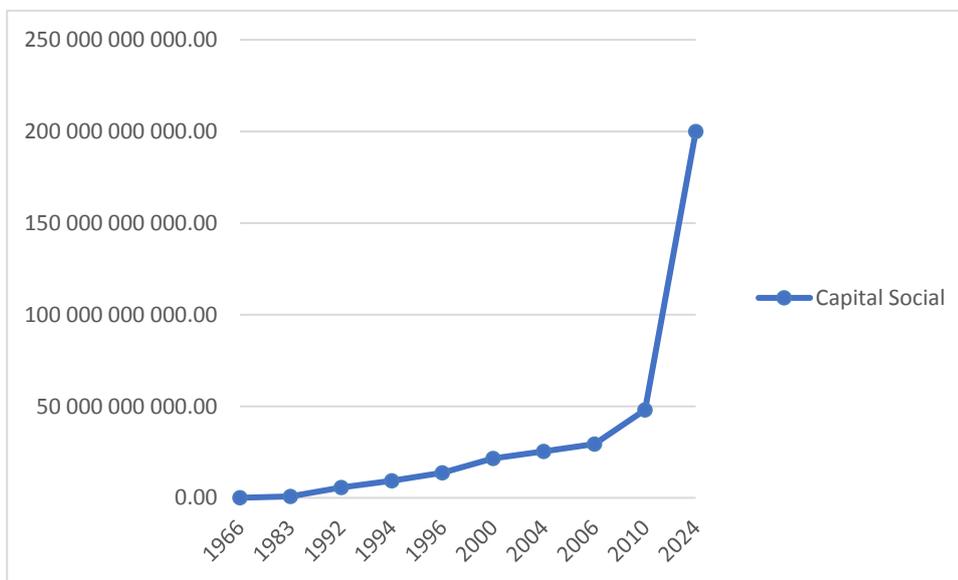
Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) a vu le jour durant la phase de « Nationalisation des banques étrangères » dans le cadre de l'évolution du système bancaire algérien, en reprenant les réseaux de plusieurs établissements bancaires existants. Voici quelques points clés de son histoire :

- **Fondation** : Établie en 1966 par l'ordonnance n° 66-366 du 29 décembre.
- **Capital social**: Fixé à 200 milliards de de dinars algériens.
- **Objectifs** : En tant que banque universelle, le CPA vise à stimuler des secteurs variés tels que le BTPH, l'artisanat, le tourisme, la pêche et des coopératives de production et services divers, y compris les PME, tout en soutenant les professions libérales.

1.2.Capital social

Au cours des trois dernières années, le capital social de la Banque a connu une seule augmentation passant de 48 milliards de DA à 200 milliards de DA par incorporation d’une partie des réserves facultatives en application de la résolution de l’Assemblée Générale Extraordinaire du 26 novembre 2023.

Figure 2: L'évolution du capital social du CPA



Source : Elaboré par nos soins à partir du tableau d'activite de la bancassurance

1.3.Réseau d'exploitation :

Pour mener à bien l'ensemble des activités et répondre aux besoins de sa clientèle par des prestations de services de qualité, la Banque a mis à contribution quinze (15) Groupes d'Exploitation auxquels sont rattachées cent soixante et une agences bancaires (161), 20 espaces digitaux et 98 guichets islamiques réparties sur le territoire national.

Tableau 19: Evolution du réseau d'exploitation du CPA

Année	2012	2013	2014	2015	2016	2019	2024
Nombre d'agences	140	140	140	141	143	153	161

Source : Les rapports annuels du Crédit Populaire d'Algérie, Edition 2012 à 2024.

INTERPRETATION

Les succursales du Crédit Populaire d'Algérie forment 9,8 % de l'ensemble des agences bancaires nationales. Le CPA étend ses services à près de 22 Wilayas majeures, structurées sous la supervision de 15 groupes d'exploitation régionaux.

Nous pouvons résumer le réseau d'exploitation du crédit populaire d'Algérie par le tableau ci- dessous :

Tableau 20: Le réseau d'agences du CPA par région

	Nord	Sud	Est	Ouest
Nombres d'agences	80	14	35	32

Source: Donnée interne du CPA.

1.4.Les activités du Crédit Populaire d'Algérie :

- La réception de dépôts du Public ;
- L'octroi du crédit sous toutes ses formes ;
- La mobilisation des crédits extérieurs ;
- La gestion des moyens de paiement ;
- Le contrôle avec les autorités de tutelle de la conformité des mouvements financiers avec les entreprises domiciliées.

1.5. Organisation du Crédit Populaire d'Algérie :

L'organigramme de Crédit Populaire Algérie (CPA) révèle une structure organisationnelle bien établie et hiérarchisée, conçue pour une gestion efficace et diversifiée des opérations bancaires. Au sommet, l'Assemblée Générale et le Conseil d'Administration chapeautent la direction, avec un Directeur Général à la tête de l'exécutif. Des comités spécialisés tels que le Comité Ressources Humaines et le Comité d'Audit soutiennent la

gouvernance et le contrôle interne. La banque est divisée en plusieurs directions clés : Développement Commercial, Marchés, Exploitation, Marketing et Communication, ainsi que Sécurité des Systèmes d'Information. Chacune de ces divisions est subdivisée en départements spécialisés qui s'occupent des aspects techniques, opérationnels, et stratégiques, assurant ainsi la couverture complète des besoins en gestion financière, ressources humaines, réglementation, et innovation technologique. L'organigramme du CPA se présente comme suit: (voir annexe n 1)

1.6.Présentation de la structure d'accueil Direction du réseau (Département bancassurance) :

Le Département Bancassurance et Produits d'Assistance comprend deux services :

- Service Assurance Dommage et de Personnes.
- Service Produits d'Assistance.

Les principales fonctions de ce département sont :

- Examiner et analyser toutes les initiatives et propositions de partenariat pour promouvoir la bancassurance et les produits d'assistance au sein de la banque.
- Analyser toutes les offres de services en matière de produits d'assurance et d'assistance pour favoriser le développement de ces activités.
- Assurer le respect des accords de partenariat et gérer les relations avec les partenaires.
- Contribuer à la création et à la validation des procédures de gestion des activités de bancassurance et de produits d'assistance.
- Coordonner et superviser la gestion de la bancassurance et des produits d'assistance en collaboration avec les différents acteurs internes (agences et groupes d'exploitation) et externes (partenaires).
- Participer à l'animation commerciale et à la formation des équipes commerciales sur les produits de bancassurance et d'assistance.
- Organiser et coordonner les diverses initiatives commerciales, financières et de formation pour :
 - étendre le réseau de bancassurance ;
 - élargir l'offre de produits d'assurance et d'assistance ;
 - développer les procédures de gestion.
- Évaluer régulièrement les performances et les réalisations du réseau d'exploitation en matière de bancassurance et de produits d'assistance.

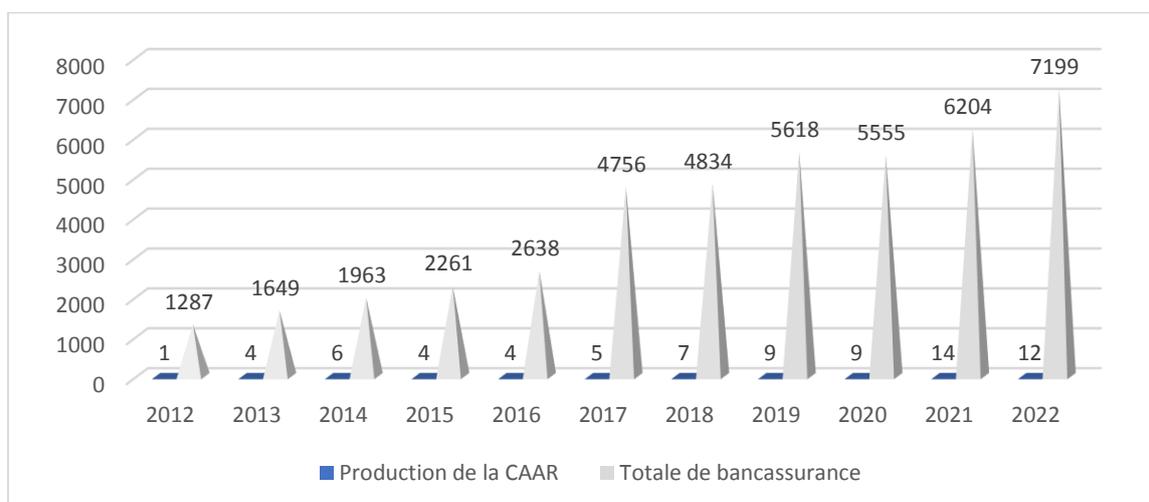
2. PRÉSENTATION DE LA CAAR :

2.1. Historique :

La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance, connue sous l'acronyme CAAR, a vu le jour en 1963, établie par l'État algérien dans le cadre d'une cession légale avec l'intention d'encadrer et de dynamiser le secteur des assurances. En réponse à des réformes législatives majeures au cours de 1988, la structure de l'entreprise a été reconfigurée en une société par actions, sous la gouvernance du Ministère des Finances, qui détient la totalité du capital social, libéré à hauteur de 4 milliards de Dinars.

2.2. L'activité bancassurance de la CAAR :

Figure 3: La production de la bancassurance de la CAAR



Source: Établi par nos soins à partir des données collectées des rapports d'activités d'assurances en Algérie <https://www.uar.dz/>

Interprétation :

L'évolution de la production de la CAAR montre une croissance constante, passant de 1 million de dinars en 2012 à 14 millions en 2021, avec une légère baisse à 12 millions en 2022. Pendant ce temps, la production totale de bancassurance a augmenté de façon significative, passant de 1 287 millions de dinars en 2012 à 7 199 millions en 2022, montrant une expansion globale du marché. Bien que la part de la CAAR dans la production totale de bancassurance soit restée relativement faible, variant entre 0,08% et 0,23%, sa croissance constante suggère une amélioration de sa position sur le marché. Cette progression peut être attribuée à des initiatives telles que le développement de nouveaux produits ou des partenariats stratégiques avec des banques. En somme, l'analyse de ce tableau souligne la capacité de la CAAR à s'adapter et à croître dans un environnement concurrentiel.

3. PRÉSENTATION DE LA FILIALE CAARAMA :

CAARAMA Assurance est une entité établie sous l'égide de la CAAR, bénéficiant d'un capital intégralement versé d'un milliard de dinars algériens.

La société a été créée dans le cadre de la loi 06-04 du 20 février 2006, qui a pour objectif la distinction des opérations d'assurance vie de celles liées aux biens.

La compagnie a hérité d'un ensemble de contrats d'assurance de la CAAR ainsi que de l'expérience de son personnel, chargé de propulser le développement de l'entreprise.

3.1. Réseau commercial :

Le maillage commercial de CAARAMA Assurance repose sur un réseau étendu qui comprend sept centres régionaux et plus de deux cents agences, réparties entre succursales directes et agents indirects. Elle collabore avec divers partenaires, y compris la CAAR, la CPA et Bank ABC, qui contribuent à son réseau à travers un nombre spécifié d'agences pour chacun, selon un tableau indiqué dans le document.

Tableau 21: Réseau commercial des partenaires de la CAARAMA

	CAARAMA	CAAR	CPA	ABC
Nombre d'agences	32	91	147	21

Source : <https://www.caarama.dz/index.php/en/media-caarama>¹⁰

3.2. La Production de la CAARAMA

Tableau 22: Production de CAARAMA par branches et son évolution en milliers de DA

Branches	2017	2018	2019	Evolution en % 2019/2018
Assurance Décès	1 375 590	725 432	662 801	-9%
Assurance Voyage	2 392	6 061	8 288	36%
Assurance Santé	0	0	10	-
TOTAL	1 377 982	731 493	671 099	-8%

Source: Donnée interne de la CAARAMA.

L'analyse du tableau de la production de CAARAMA par branches et son évolution révèle les points suivants :

La production d'assurance décès a chuté de manière significative de 2017 à 2019, passant de 1 375 590 à 662 801, indiquant une baisse continue de 9% en 2019 par rapport à 2018. En revanche, l'assurance voyage a enregistré une croissance remarquable, passant de 2 392 à 8 288 sur la même période, soit une augmentation de 36%. Bien que la production d'assurance santé ait augmenté pour atteindre 10 en 2019, elle reste relativement faible en chiffres absolus. La production totale de CAARAMA a également diminué de manière significative, passant de 1

377 982 à 671 099, principalement en raison de la baisse de la production d'assurance décès, malgré la croissance de l'assurance voyage.

SECTION 02 : EXAMEN DE L'ACTIVITÉ BANCASSURANCE AU CPA ET OFFRE PARTENARIALE

1. PRÉSENTATION DE L'ACCORD DE PARTENARIAT CPA-CAAR ET CPA-CAARAMA :

1.1. Historique :

Dans le cadre de l'élargissement de son activité, une convention de partenariat a été conclue, en date du 20/05/2008, entre le CPA et la Compagnie d'Assurance et de Réassurance (CAAR) portant sur la distribution, pour le compte de cette dernière, de certains produits d'assurance, moyennant le paiement d'une commission sur chaque prime encaissée. Suite à l'obligation réglementaire universel de séparation de l'activité de l'assurance de Personnes de celle de l'assurance Dommages il y a eu la création par la Spa CAAR, de sa filiale spa CAARAMA Assurance, le CPA a conclu une autre convention de distribution avec CAARAMA Assurance en date du 12/12/2012, portant sur la commercialisation des produits d'assurance de personnes sous cités.

1.2. Cadre réglementaire :

Les modalités et les procédures de gestion de l'activité bancassurance sont régies par :

- Convention de distribution CPA/CAAR du 12/12/2008 + les avenants 1,2,3,4 et 5
- Convention de distribution CPA/CAARAMA Assurance du 12/12/2012 + les avenants 1,2,3 et 4;
- Convention d'assurance CPA/CAAR du 30/05/2016 ;
- Convention d'assurance CPA/CAARAMA Assurance du 31/05/2016;
- Convention d'assurance CPA/CAARAMA « Cartes Internationales » signée le 14/02/2018 (Avenant n°01/2023 en cours de finalisation);
- Circulaire n°05-03/DGA. ENG/2016 du 31/07/2016;
- Lettre Commune n°14/20 du 24/11/2020;
- Modifiée et complétée par L.C n°22/20 et n°23/20 du 23/12/2020;

1.3. Déploiement de l'activité Bancassurance sur le réseau d'exploitation de la Banque:

En 2008: (54) Agences (date de signature de la convention de distribution),

En 2016 : (72) Agences (+18 agences s/Avenant n°1),

En 2017: (103) Agences (+31 agences s/Avenant n°2); En 2018: (120) Agences (+17 agences s/Avenant n°3);

En 2019 à ce jour : (161) Agences (+40 agences s/Avenant n°4), dont (157) agences sont opérationnelles. Un projet d'avenant n°5 est en cours d'élaboration pour élargir l'activité

bancassurance à 170 Agences. En terme de moyens humains, on dénombre, actuellement, 292 cadres en poste ayant bénéficiés de la formation bancassurance et sont opérationnels

2.LES PRODUITS D'ASSURANCE COMMERCIALISÉS PAR LE CPA :

Dans le cadre des accords de distribution conclus en partenariat entre le CPA et la CAAR depuis le 20/05/2008 d'une part, ainsi qu'entre le CPA et la CAARAMA Assurance depuis le 12/12/2012 d'autre part, le CPA propose à la vente des produits d'assurance pour le compte de ces deux compagnies d'assurance.

Tableau 23: Les produits d'assurance commercialisés par le CPA

Le produit	La Population ciblée	Taux de commissionnement	Description
CAT-NAT	Particuliers	5%	est une assurance obligatoire pour tous les propriétaires de biens immobiliers en Algérie. Elle couvre les dommages dus aux catastrophes naturelles, telles que les tremblements de terre, inondations et coulées de boue, mais ne prend pas en charge le contenu de l'habitation.
Multirisques Habitation (MRH)	Particuliers	2%	L'assurance multirisques habitation (MRH) est une forme de couverture d'assurance destinée à protéger un bien immobilier résidentiel, tel qu'une maison ou un appartement, ainsi que son contenu, contre un large éventail de risques. Cette assurance offre une protection complète en combinant plusieurs types de garanties, y compris la responsabilité civile, les dommages aux biens causés par des événements tels que les incendies, les dégâts des eaux, les catastrophes naturelles, le vol et autres sinistres. En résumé, l'assurance multirisques habitation assure à la fois le bâtiment et son contenu contre divers risques, offrant

			une tranquillité d'esprit aux propriétaires et locataires.
<p>Assurance voyage à l'étranger (AVE) MOUSSAFER,</p>	Particuliers	15%	<p>AVE est une assurance voyage et assistance à l'étranger, offrant des indemnités en cas de dommages ou pertes subies lors d'un voyage. Elle peut couvrir des frais médicaux, l'annulation du voyage, la perte de bagages, et d'autres accidents. Avec son produit MOUSSAFER, Le CPA vous offre plusieurs formules :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formule Turquie • Formule Maghreb • Formule Elite • Formule student • Formule hadji
<p>Assurance temporaire au Décès (ATD)</p>	Particuliers Entreprises	15%	<p>L'Assurance Temporaire au Décès, limitée à la durée du crédit, est une forme spécifique d'assurance emprunteur qui offre une protection pendant la période de remboursement d'un prêt.</p> <p>Cette assurance garantit le remboursement du capital restant dû à l'organisme prêteur en cas de décès ou d'invalidité absolue et définitive de l'emprunteur.</p> <p>En d'autres termes, si l'emprunteur décède ou devient totalement invalide pendant la durée du prêt, l'assurance couvre le remboursement du solde restant du prêt, soulageant ainsi les proches de toute charge financière supplémentaire.</p>

Sihati	Particuliers	15%	C'est un produit de prévoyance individuelle santé destiné à l'ensemble de la clientèle de la banque désirant améliorer leurs couvertures sociales et sanitaires et de disposer de la réponse la plus complète à leurs besoins. Il en est de même, pour ce qui est des personnes ne disposant pas de couverture sociale.
---------------	--------------	-----	---

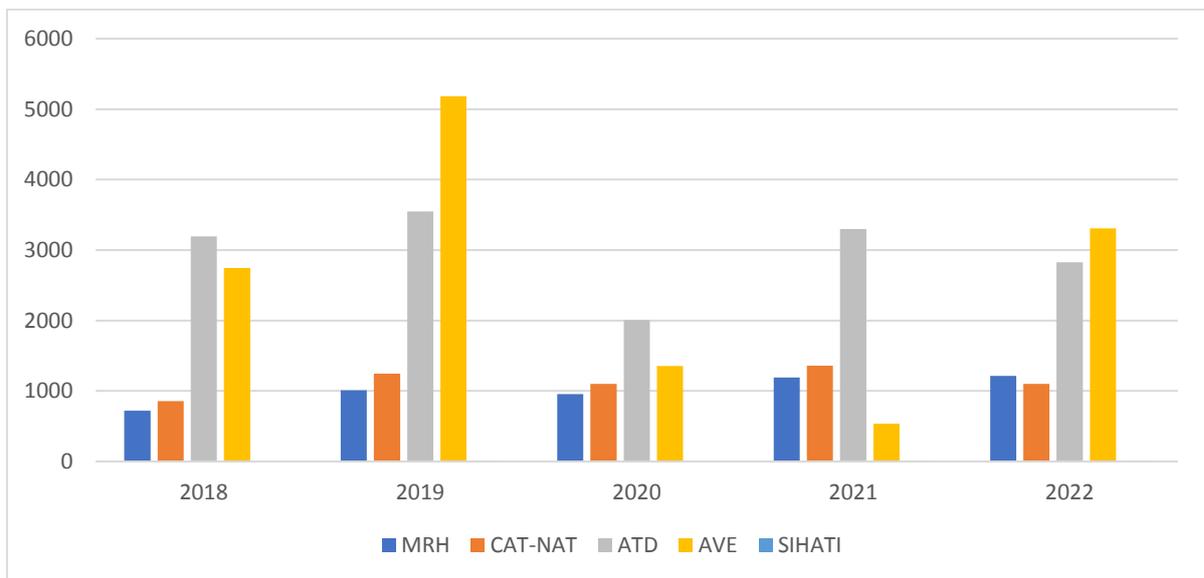
Source: Établi par nos soins à partir des données de la structure bancassurance du CPA

3.LA PRODUCTION DE LA BANCASSURANCE AU CPA

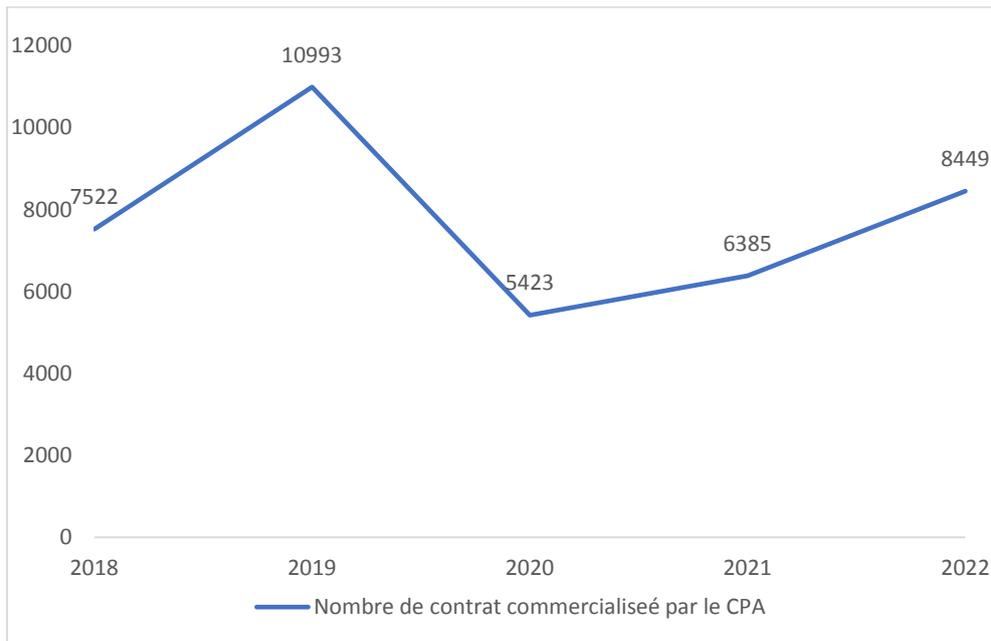
3.1.le nombre de contrat

Le nombre de contrat commercialisés par le CPA peut être exposé comme suit:

Figure 4: Le nombre de contrats d'assurance commercialisées par le CPA



Source: Établi par nos soins à partir des données de la structure bancassurance du CPA

Figure 5: L'évolution du nombre de contrats commercialises par le CPA

Source: Établi à partir des données de la structure bancassurance du CPA

Interprétation

Le nombre de contrats commercialisés par le CPA a varié au fil des années :

Ainsi en 2018, 7 522 contrats ont été commercialisés, alors qu'en 2019, ce nombre a augmenté à 10 993, soit une hausse d'environ 46%.

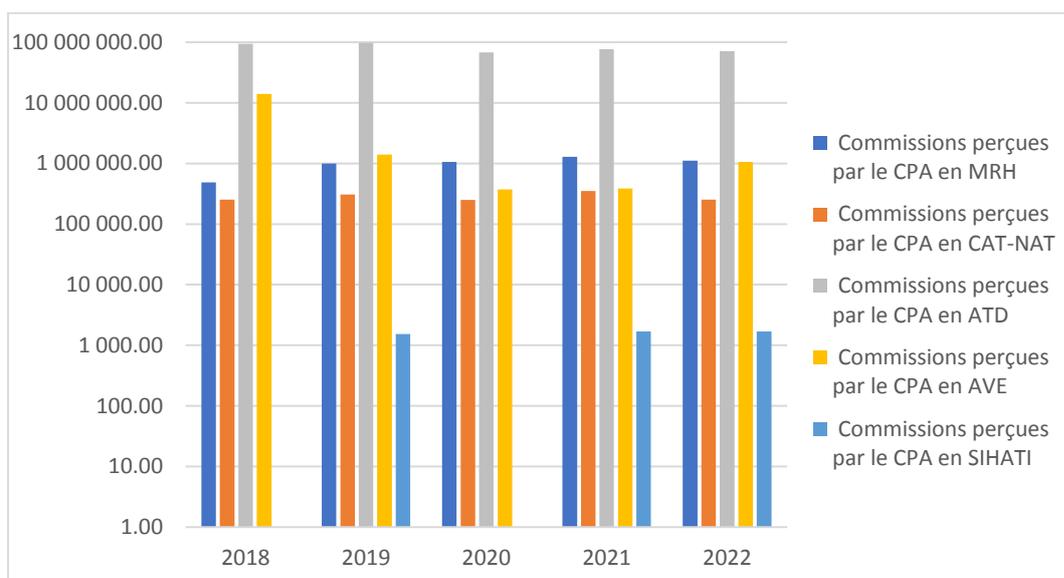
En 2020, une baisse importante a été observée à 5 423 contrats, soit une diminution d'environ 51% par rapport à 2019.

Une légère augmentation a été constatée en 2021 avec 6 385 contrats, soit une hausse d'environ 18% par rapport à 2020.

En fin en 2022, le nombre de contrats a augmenté à 8 449, soit une hausse d'environ 32% par rapport à l'année précédente.

3.2.les commissions perçues

Figure 6: Les commissions perçues par le CPA dans le cadre de la bancassurance



Source: Établi à partir des données de la structure bancassurance du CPA

Interprétation

Les commissions perçues par le CPA dans le cadre de la bancassurance ont fluctué au fil des ans :

Au début en 2018, les commissions totales ont atteint 108 457 028 DA. Alors qu'en 2019, bien que les commissions aient diminué à 99 944 542 DA, cela représente une baisse d'environ 8% par rapport à l'année précédente.

En 2020, les commissions ont diminué à 69 528 282 DA, soit une réduction d'environ 30% par rapport à 2019.

Une reprise est observée en 2021 avec des commissions augmentant à 78 811 480 DA, soit une hausse d'environ 13% par rapport à 2020.

Ce n'est qu'en 2022, que les commissions se stabilisent à 73 406 598 DA, marquant une légère baisse d'environ 7% par rapport à l'année précédente. facteurs tels que la concurrence accrue ou des changements dans les politiques de l'entreprise.

4.LES CONTRAINTES ENTRAVANT L'AVANCEMENT DE L'ACTIVITÉ AU NIVEAU DU CPA :

Obstacles au développement de l'activité de bancassurance au sein de CPA :

- Les clients du CPA trouvent que le prix de l'assurance temporaire en cas de décès est trop élevé, ce qui les pousse à se tourner vers la SAA ;
- La période de formation offerte aux banquiers ne dépasse généralement pas un mois et le nombre de banquiers formés reste inférieur à ceux qui ne le sont pas. Ce manque de formation chez certains banquiers rend le concept et l'offre de bancassurance obscure

pour eux, ce qui se répercute sur l'information disponible pour les clients dans leur banque ;

- Les banquiers doivent utiliser le logiciel ORASS de la compagnie d'assurance pour la gestion des contrats, nécessitant ainsi une maîtrise de ce système en plus de celui utilisé habituellement par la banque ;
- Il n'existe pas de département spécifiquement dédié à la bancassurance chez les partenaires, rendant cette activité une parmi d'autres sans personnel exclusivement affecté à sa gestion.

SECTION 3: CONCEPTION ET MODALITÉS D'APPLICATION DE L'ÉTUDE AU SEIN DU CPA

1.CONCEPTION PRATIQUE DE L'ÉTUDE

Cette section comprend la conception pratique de l'étude, qui comprend la définition d'une population et d'un échantillon pour l'étude, les outils utilisés, en plus des méthodes d'analyse et de traitement statistiques.

1.1 Population et échantillon étudiés

La population étudiée est définie comme un groupe constitué d'individus sur lesquels on souhaite obtenir un ensemble de données : ils ont une ou plusieurs caractéristiques en commun, et tous ces éléments font l'objet d'une étude ou d'une recherche de la part du chercheur. Dans cette étude, la population statistique est représentée par les clients du CPA

Quant à l'échantillon, il fait partie de la population étudiée. Il est prélevé d'une certaine manière pour qu'il soit une véritable représentation de la communauté dans le but d'identifier les caractéristiques de cette dernière étant donné la difficulté de rejoindre tous les membres de la communauté. , la méthode d'échantillonnage raisonné non probabiliste a été utilisée. Le questionnaire a été distribué par voie électronique et 260 réponses ont été extraits, adaptés à l'analyse, pour limiter la taille de l'échantillon. a dépassé la limite recommandée de 250 questionnaires. Le tableau suivant montre comment distribuer et collecter le questionnaire:

Tableau 24: Distribution et collecte des questionnaires

Nombre de formulaires	Type de formulaire	Nombre de formulaires récupérés	Formulaires annulés	Formulaires finaux
Total	En ligne	291	41	260
Pourcentage	/	100%	14.09%	85.91%

Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire :Le nombre total de formulaires est de 291. Parmi ceux-ci, 41 ont été annulés, laissant ainsi 260 formulaires finaux. En termes de pourcentage, les formulaires annulés représentent 14,09% du total, tandis que les formulaires finaux représentent 85,91%. Ces données indiquent que la majorité des formulaires collectés ont été finalisés et inclus dans l'étude, avec seulement un faible pourcentage de formulaires annulés. Cela suggère une bonne qualité des données recueillies et une participation adéquate des répondants.

1.2.Méthodes d'Analyse des Données

Les données collectées ont été analysées à l'aide de statistiques descriptives et d'analyses de tableaux croisés. Le logiciel SPSS a été utilisé pour traiter les données et produire des graphiques et des tableaux illustrant les résultats.

1.3.Analyse Descriptive

Les caractéristiques démographiques des répondants ont été analysées à l'aide de statistiques descriptives pour déterminer la répartition par sexe, âge, niveau d'éducation, profession, ancienneté en tant que client de la CPA, et revenu annuel.

2.HYPOTHÈSES DE RECHERCHE

Trois hypothèses principales ont été testées dans cette étude:

2.1Hypothèse 1 (H1):

Impact de la bancassurance sur le comportement financier des consommateurs.

- **Variables:** Types de produits de bancassurance souscrits, fréquence d'utilisation des produits de bancassurance.
- **Analyse:** Tableau croisé pour évaluer la relation entre les types de produits souscrits et la fréquence d'utilisation
- **Hypothèse formulée :** Les consommateurs qui souscrivent à des produits de bancassurance sont plus susceptibles d'adopter des comportements financiers prudents, tels que l'achat fréquent de produits financiers et une gestion plus proactive de leurs finances personnelles.

2.2 Hypothèse 2 (H2):

Commodité et perception des risques de la bancassurance.

- **Variables:** Mode d'information sur les produits de bancassurance (mesure de la commodité), perception des risques associés aux produits de bancassurance.
- **Analyse:** Tableau croisé pour explorer la relation entre le mode d'information et la perception des risques.
- **Hypothèse formulée :** Les consommateurs qui perçoivent une commodité élevée dans l'utilisation des produits de bancassurance ont une perception réduite des risques associés à ces produits.

2.3.Hypothèse 3 (H3):

Satisfaction avec la bancassurance et fidélité des consommateurs.

- **Variables:** Satisfaction avec la gestion des sinistres, fidélité envers le fournisseur de services financiers.
- **Analyse:** Tableau croisé pour examiner la relation entre la satisfaction avec la gestion des sinistres et la fidélité des consommateurs.

- **Hypothèse formulée** : La satisfaction des consommateurs avec la gestion des produits de bancassurance, en particulier en cas de sinistre, est positivement corrélée à leur fidélité envers leur fournisseur de services financiers

SECTION 04 : RÉSULTATS DE L'ENQUETE : ÉTUDE DESCRIPTIVE

Dans cette section nous allons présenter les résultats relatifs aux réponses collectées.

1.LES CARACTERISTIQUES DE LA POPULATION:

Pour que nous puissions analyser les caractéristiques de la population, nous avons opté pour une analyse descriptive pour les questions suivantes :

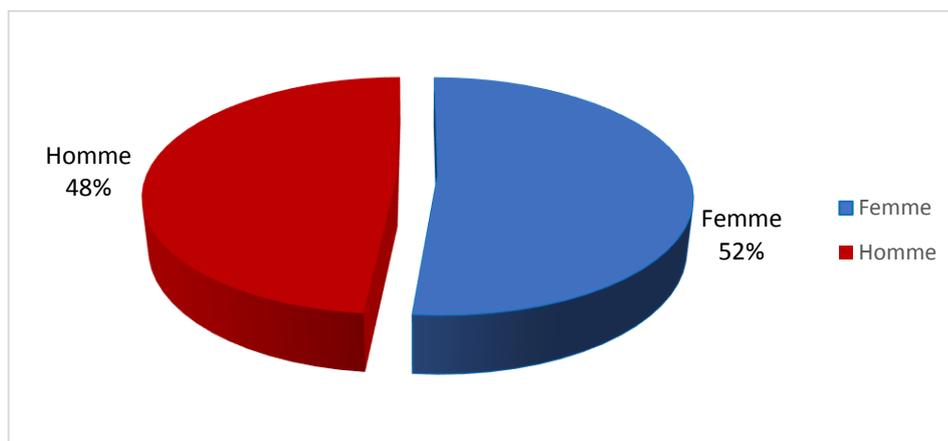
1.1.Le sexe des répondants:

Tableau 25: Le sexe des répondants

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Femme	134	51.5	51.5	51.5
	Homme	126	48.5	48.5	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS

Figure 7: Le sexe des répondants



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : 51,5 % des répondants sont des Femmes et 48,5 % sont des Homme.

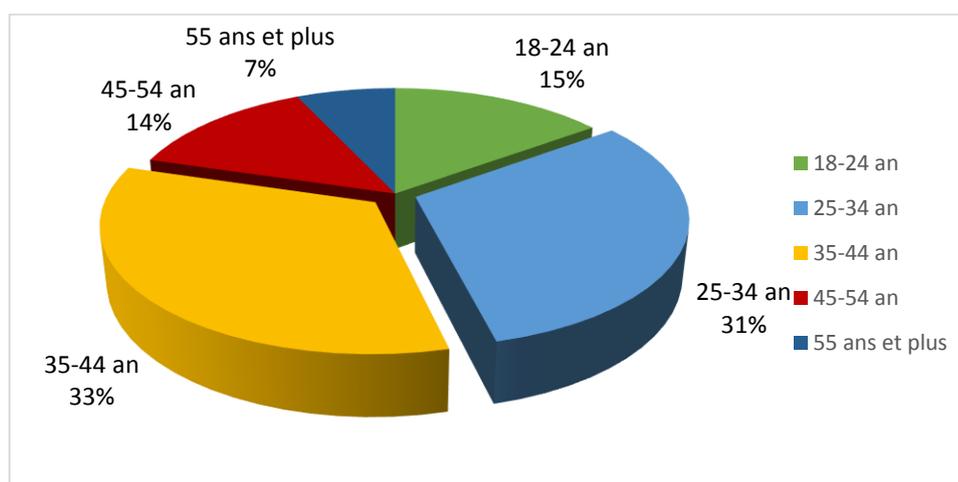
1.2. Les tranches d'âge des répondants

Tableau 26: Les tranches d'âge des répondant

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	18-24 ans	39	15.0	15.0	15.0
	25-34 ans	81	31.2	31.2	46.2
	35-44 ans	87	33.5	33.5	79.6
	45-54 ans	35	13.5	13.5	93.1
	55 ans et plus	18	6.9	6.9	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS

Figure 8: Les tranches d'Age des répondants



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : la majorité des répondants se situent dans les tranches d'âge de 25 à 44 ans, représentant ensemble 64,7 % de l'échantillon total. Ces groupes d'âge intermédiaires sont généralement les plus actifs économiquement et les plus susceptibles de souscrire à des produits de bancassurance, ce qui est cohérent avec l'objectif de l'étude. En revanche, les tranches d'âge extrêmes (18-24 ans et 55 ans et plus) sont moins représentées, ce qui peut refléter une moindre implication ou un intérêt différent pour les produits de bancassurance dans ces groupes.

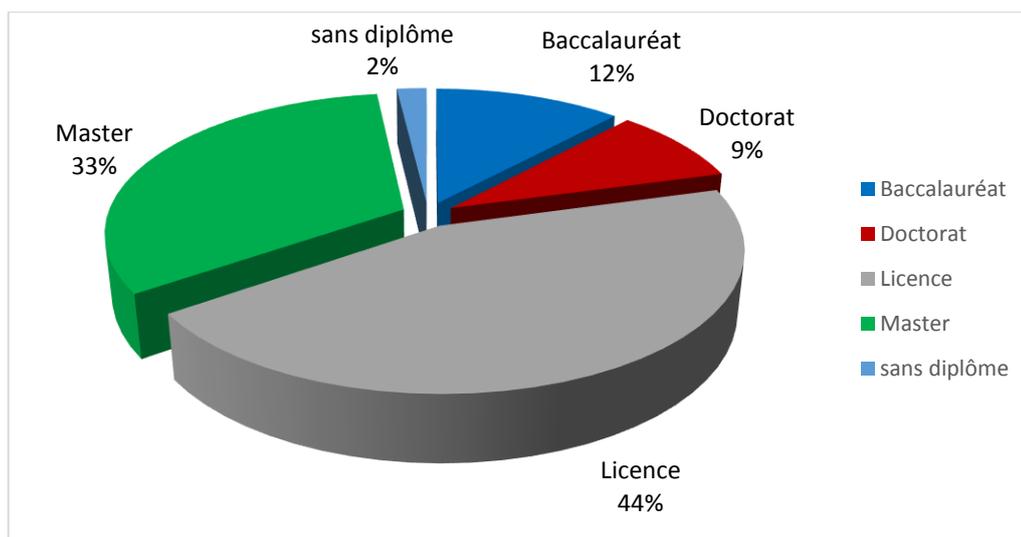
1.3.Le Niveau d'étude des répondants

Tableau 27: Le niveau d'étude des répondants

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Baccalauréat	31	11.9	11.9	11.9
	Doctorat	23	8.8	8.8	20.8
	Licence	116	44.6	44.6	65.4
	Master	85	32.7	32.7	98.1
	sans diplôme	5	1.9	1.9	100
	Total	260	100	100	

Source: *Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS*

Figure 9: Le niveau d'étude des répondants



Source: *Établi par nos soins à l'aide d'Excel*

Commentaire : Le niveau d'éducation des répondants est assez élevé, 44,6 % de l'échantillon a terminé Licence, tandis que 32,7 % ont un Master et 8,8% ont le Doctorat, et plus de 11% qui ont Baccalauréat, avec un faible nombre des répondants ils ont pas de diplôme.

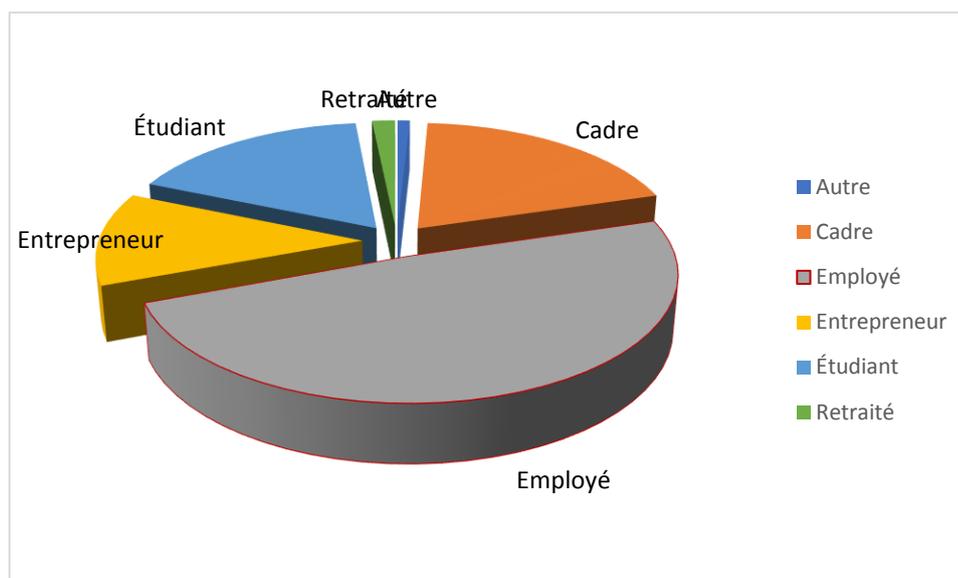
1.4. La situation professionnelle des répondants

Tableau 28: La profession

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Autre	2	0.8	0.8	0.8
	Cadre	47	18.1	18.1	18.8
	Employé	118	45.4	45.4	64.2
	Entrepreneur	29	11.2	11.2	75.4
	Étudiant	41	15.8	15.8	91.2
	Retraité	4	1.5	1.5	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS

Figure 10: La profession



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : En termes de qualité socioprofessionnelle, notre population est composée de 45,4% d'employés, 11,20% de commerçants, 18,1% cadres 15,8% étudiants, et 11,2%, avec 1,5% retraité et 0,8% d'autre profession.

1.5.Période de fidélisation des clients du CPA:

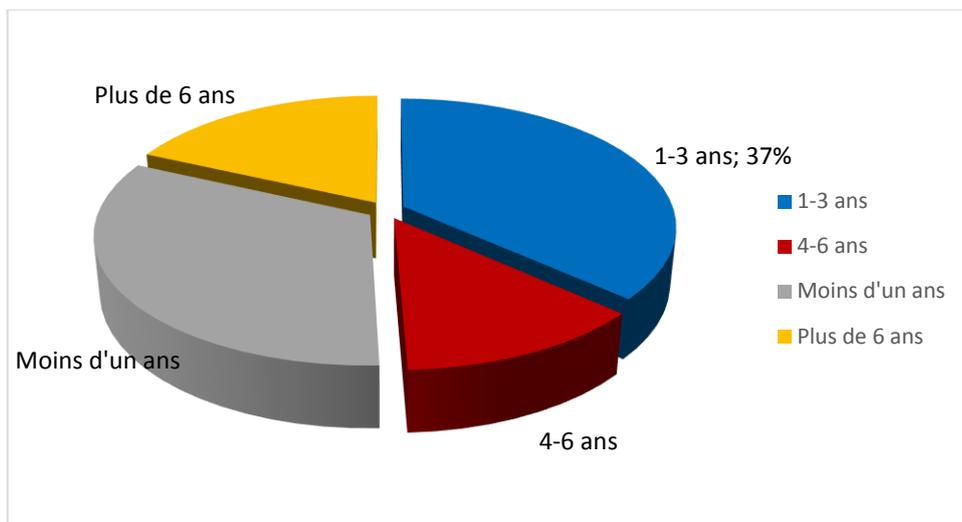
Depuis combien de temps êtes-vous client chez CPA?

Tableau 29: Période de fidélisation des clients du CPA

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1-3 ans	95	36.5	36.5	36.9
	4-6 ans	33	12.7	12.7	49.6
	Moins d'un ans	84	32.3	32.3	81.9
	Plus de 6 ans	47	18.1	18.1	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS

Figure 11:Période de fidélisation des clients du CPA



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : Les répondants sont répartis comme suit : 32.3% sont clients depuis moins d'un an, 36.5% depuis 1 à 3 ans, 12.7% depuis 4 à 6 ans, et 18.1% depuis plus de 6 ans. Cette distribution reflète une fidélité modérée chez les clients depuis 1 à 3 ans, ainsi qu'une proportion notable de nouveaux clients et de clients de longue date.

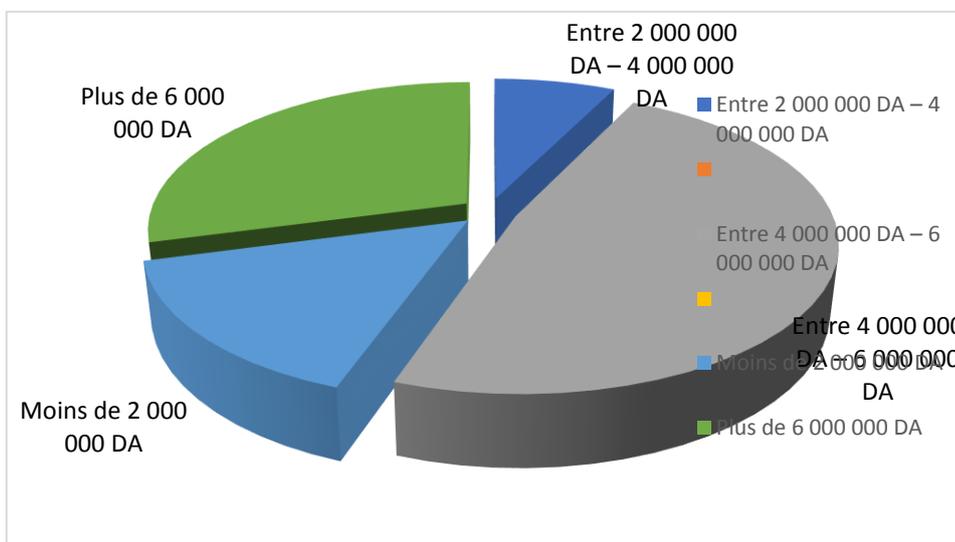
1.6.Le Revenu Annuel des répondants

Tableau 30: Le revenu annuel des répondants

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Entre 2 000 000 DA – 4 000 000 DA	19	7.3	7.3	7.3
	Entre 4 000 000 DA – 6 000 000 DA	125	48.1	48.1	55.4
	Moins de 2 000 000 DA	40	15.4	15.4	70.8
	Plus de 6 000 000 DA	76	29.2	29.2	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS

Figure 12: Le revenu annuel des répondants



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : La tranche la plus représentée se situe entre 4 000 000 DA et 6 000 000 DA, avec 48.1% des réponses, suivie par la catégorie des revenus supérieurs à 6 000 000 DA, représentant 29.2% des répondants. Les pourcentages valides et cumulés soulignent également cette répartition, offrant une perspective claire de la distribution des revenus dans l'échantillon étudié.

2. ANALYSE DES CONDITIONS DE SOUSCRIPTION AUX PRODUITS DE BANCASSURANCE

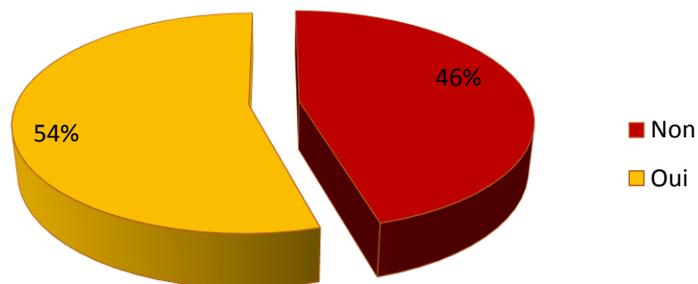
2.1. Souscrire aux produits de bancassurance CPA

Tableau 31: Souscrire aux produits de bancassurance CPA

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	118	45.4	45.4	45.8
	Oui	142	54.6	54.2	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS

➤ *Souscrire aux produits de bancassurance CPA*



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : les données indiquent que 54.6% des répondants ont souscrit à des produits de bancassurance du CPA, tandis que 45.4% n'ont pas souscrit à ces produits.

2.1.1.En cas de réponse négative:

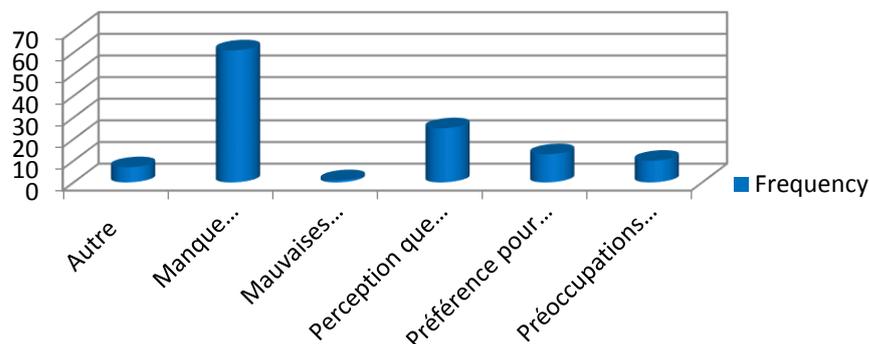
➤ Raisons de non-souscription quant aux produits de bancassurance chez CPA

Pouvez-vous nous indiquer les raisons pour lesquelles vous n'avez pas souscrit ou êtes incertain quant à la souscription à un produit de la bancassurance chez le CPA ?

Tableau 32: Raisons de non-souscription quant aux produits de bancassurance chez CPA

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Autre	7	6.0	6.0	9.4
Manque d'information sur les produits disponibles	61	52.1	52.1	58.1
Mauvaises expériences passées avec des produits d'assurance	1	.9	.9	59.0
Perception que les produits ne répondent pas à mes besoins	25	21.4	21.4	80.3
Préférence pour la souscription à des assurances auprès d'assureurs spécialisés	14	11.1	11.1	91.5
Préoccupations concernant les coûts ou les tarifs	10	8.5	8.5	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Source: Extrait des résultats de SPSS

Figure 13: Raisons de non-souscription quant aux produits de bancassurance chez CPA

Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : La majorité des répondants (52.1%) mentionnent un manque d'informations sur les produits disponibles, suivi par la perception que les produits ne répondent pas à leurs besoins (21.4%). En outre, 11.1% préfèrent souscrire à des assurances auprès d'assureurs spécialisés, tandis que 8.5% expriment des préoccupations concernant les coûts ou les tarifs. Les autres raisons, telles que les mauvaises expériences passées avec des produits d'assurance, ont été moins fréquemment citées.

➤ *L'intérêt des répondants à des informations supplémentaire sur les produits de bancassurance du CPA*

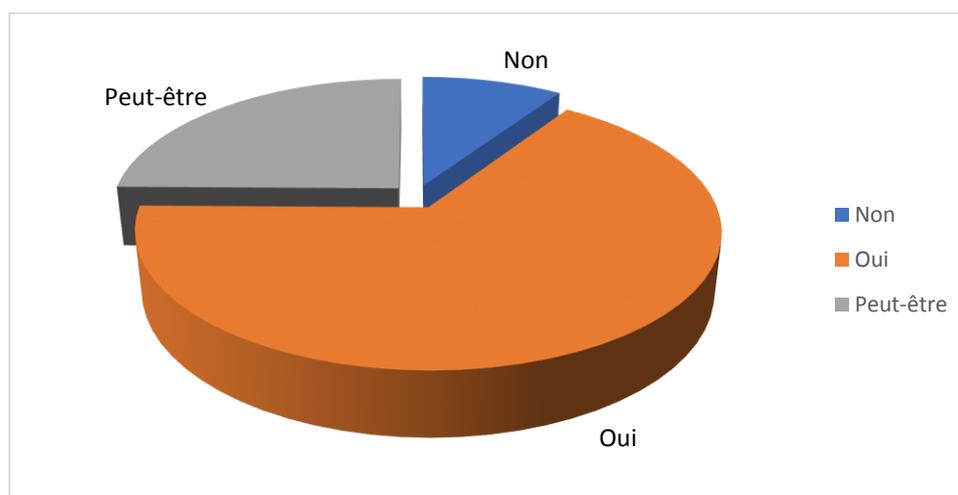
Seriez-vous intéressé par des informations supplémentaires ou une consultation personnalisée pour explorer les produits de bancassurance disponibles chez le CPA ?

Tableau 33: L'intérêt des répondants à des informations supplémentaire sur les produits de bancassurance du CPA

	Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Non	11	9.4	9.4	9.4
Oui	78	65.8	65.8	75.2
Valide Peut-être	29	24.8	24.8	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS

Figure 14: L'intérêt des répondants à des informations supplémentaire sur les produits de bancassurance du CPA



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : Ces données révèlent que 65.8% des répondants sont intéressés par des informations supplémentaires ou une consultation personnelle pour explorer les produits de bancassurance du CPA, tandis que 9.4% ont exprimé un désintérêt et 24.8% sont incertains.

2.1.2. En cas de réponse positive:

➤ Les types de produits souscrits:

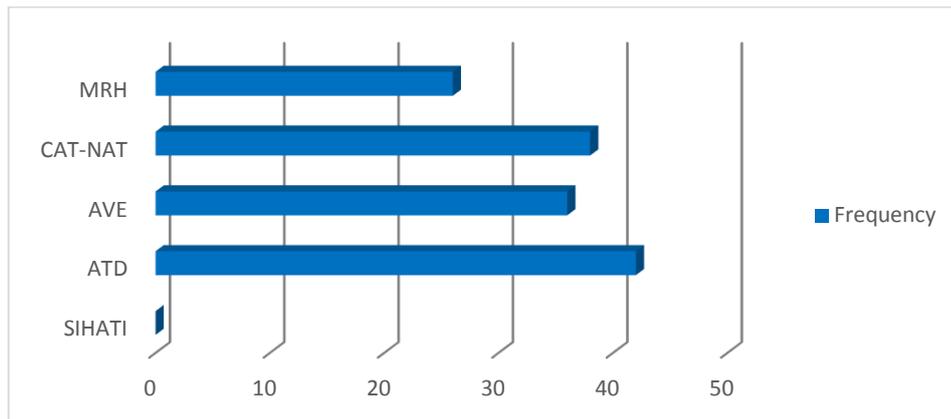
Quels types de produits avez-vous souscrits? (plusieurs réponses possibles)

Tableau 34: Les types de produits souscrits

	Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentagecumulé
ATD	42	29.6	29.6	29.6
AVE	36	25.4	25.4	55
CAT-				
NAT	38	26.8	26.8	81.8
MRH	26	18.3	18.3	100
SIHATI	0	0	0	100.0
Total	142	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS

Figure 15 : Les types de produits souscrits



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : Le tableau 11 montre les types de produits de bancassurance souscrits par les consommateurs. Le produit le plus populaire est l'Assurance Tous Dommages (ATD) avec 29,6% des souscriptions. Les assurances Catastrophes Naturelles (CAT-NAT) et Assurance Vie Épargne (AVE) suivent avec respectivement 26,8% et 25,4%. L'assurance Multirisques Habitation (MRH) est souscrite par 18,3% des consommateurs. Aucune souscription n'a été enregistrée pour l'Assurance Santé (SIHATI). Ces résultats indiquent une préférence pour les assurances couvrant les dommages généraux et les catastrophes naturelles, reflétant les préoccupations des consommateurs pour la protection de leurs biens et leur sécurité financière.

➤ **La fréquence d'utilisation des produits de bancassurance proposés par le CPA**

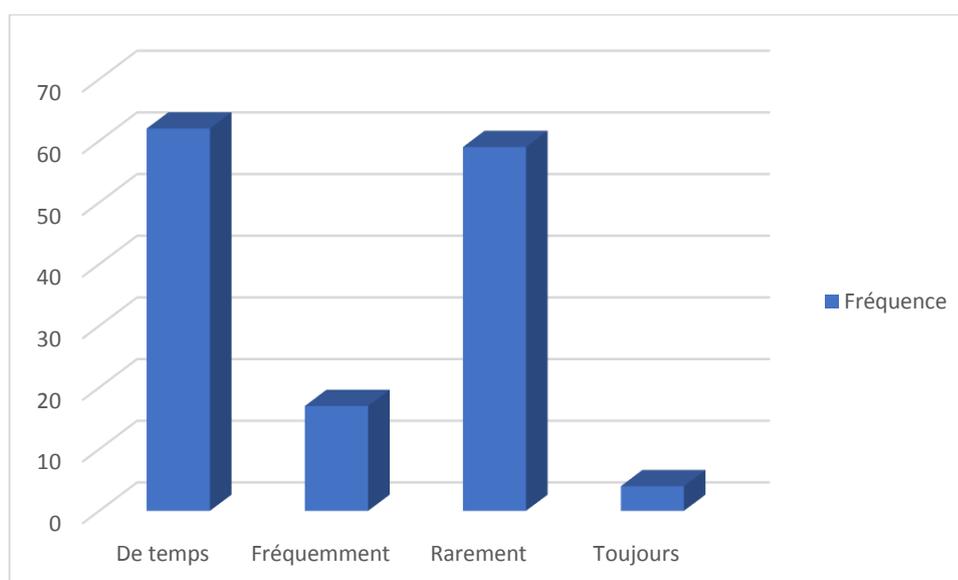
À quelle fréquence utilisez-vous les produits de bancassurance proposés par le CPA ?

Tableau 35: La fréquence d'utilisation des produits de bancassurance proposés par le CPA

	Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	De temps	62	43.7	43.7
	Fréquemment	17	12.0	55.6
	Rarement	59	41.5	97.2
	Toujours	4	2.8	100.0
	Total	142	100.0	100.0

Source: Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS

Figure 16: La fréquence d'utilisation des produits de bancassurance proposés par le CPA



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : Les résultats montrent que 43.7% des utilisateurs les utilisent de temps en temps, 12.0% les utilisent fréquemment, 41.5% les utilisent rarement, et seulement 2.8% les utilisent toujours. Cette analyse démontre une variabilité significative dans l'utilisation des produits de bancassurance.

- **Les méthodes avec lesquelles les répondants ont été informé des produits de bancassurance disponibles chez le CPA.**

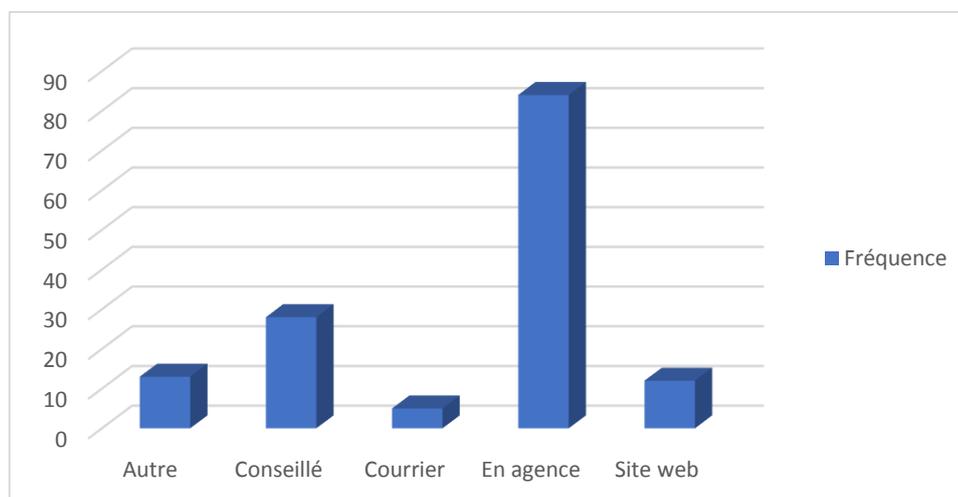
Comment avez-vous été informé des produits de bancassurance disponibles chez le CPA ?

Tableau 36: Les méthodes avec lesquelles les répondants ont été informé des produits de bancassurance disponibles chez le CPA

	Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Autre	13	9.1	9.1	9.1
Conseillé	28	19.7	19.7	28.9
Courrier	5	3.5	3.5	32.4
En agence	84	59.2	59.2	91.5
Site web	12	8.5	8.5	100.0
Total	142	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS

Figure 17: Les méthodes avec lesquelles les répondants ont été informé des produits de bancassurance disponibles chez le CPA



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : La majorité des clients (59.2%) s'informent en se rendant en agence, tandis que d'autres canaux tels que les conseillers ou le site web sont également utilisés, bien que dans une moindre mesure.

➤ **Le facteur principal qui incite les répondants à souscrire à un produit de bancassurance chez le CPA**

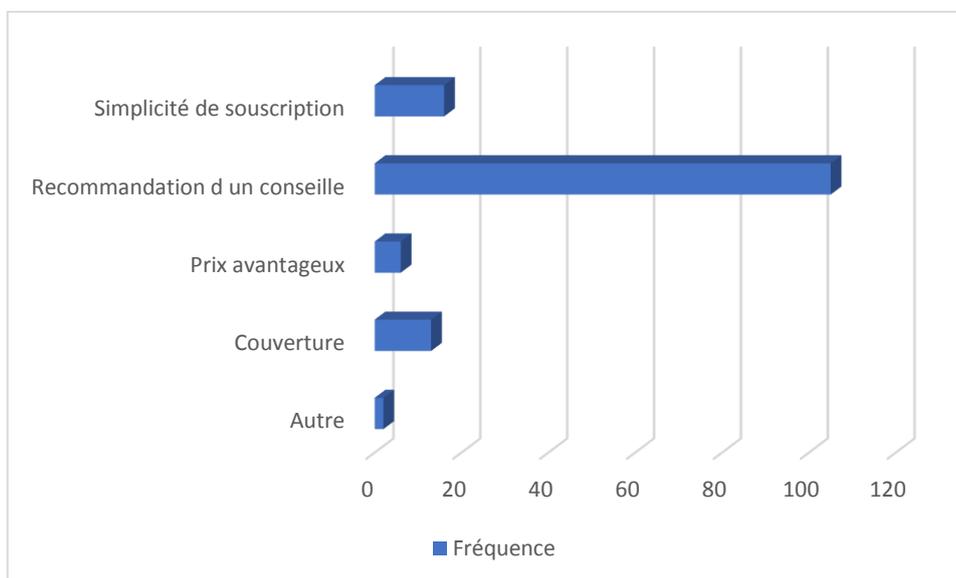
Quel a été le principal facteur qui vous a incité à souscrire à un produit de bancassurance chez le CPA ?

Tableau 37:Le facteur principal qui incite les répondants à souscrire à un produit de bancassurance chez le CPA

		Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Autre	2	1.4	1.4	1.4
	Couverture	13	9.2	9.2	10.6
	Prix avantageux	6	4.2	4.2	14.8
	Recommandation d un conseille	105	73.9	73.9	88.7
	Simplicité de souscription	16	11.3	11.3	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

Source: *Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS*

Figure 18: Le facteur principal qui incite les répondants à souscrire à un produit de bancassurance chez le CPA



Source: *Établi par nos soins à l’aide d’Excel*

Commentaire : La recommandation est le facteur le plus significatif, cité par 73.9% des clients, suivi de la simplicité avec 11.3%. Les autres facteurs tels que la couverture et le prix avantageux sont également mentionnés, bien que dans une moindre mesure.

➤ **Utilisation de l'assurance souscrite en cas de sinistre chez le CPA**

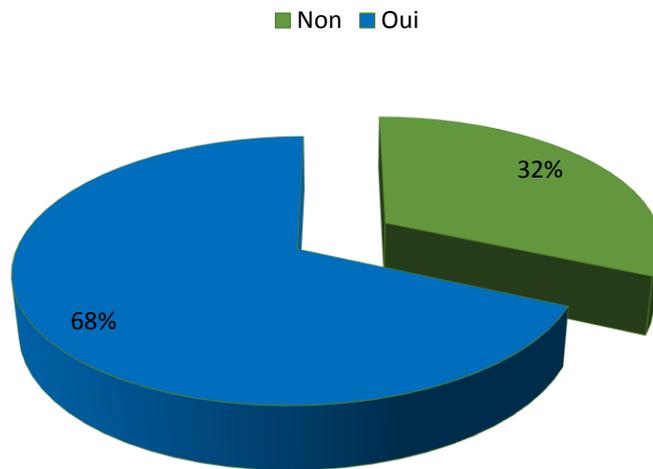
En cas de sinistre, Avez-vous déjà eu recours à votre assurance souscrite chez le CPA ?

Tableau 38: Utilisation de l'assurance souscrite en cas de sinistre chez le CPA

		Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	45	31.7	31.7	31.7
	Oui	97	68.3	68.3	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS

Figure 19: Utilisation de l'assurance souscrite en cas de sinistre chez le CPA



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : Ces données révèlent que la majorité des répondants (68.3%) ont utilisé une assurance privée obtenue auprès de CPA en cas de sinistre, tandis que 31.7% ne l'ont pas utilisée.

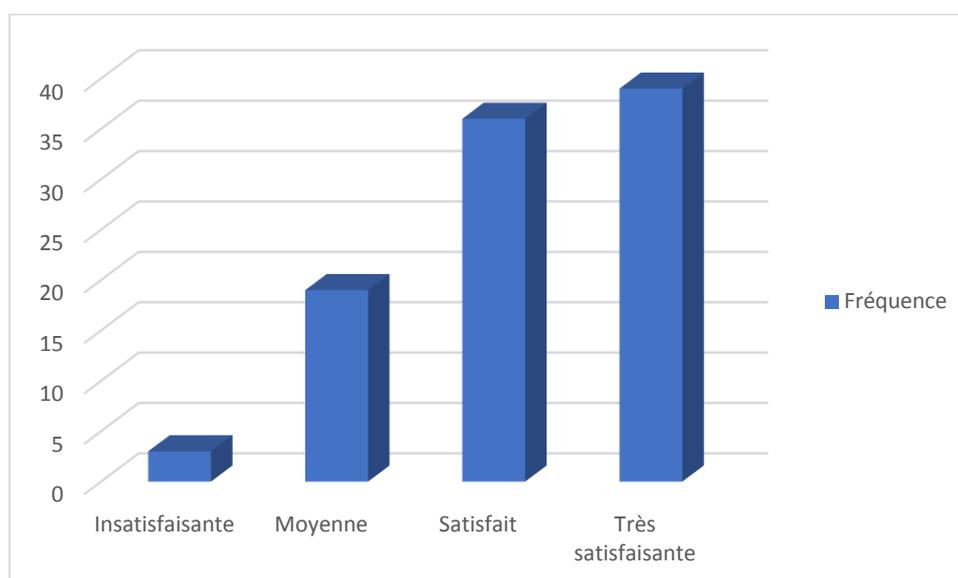
➤ **Évaluation de la gestion des sinistres par le CPA**

Si oui, comment évalueriez-vous la gestion de votre sinistre ou demande par le CPA ?

Tableau 39: L'évaluation de la gestion des sinistres par le CPA

	Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Insatisfaisante	3	2.9	2.1	2.1
Moyenne	19	18.4	13.4	15.5
Satisfait	36	34.9	28.9	44.4
Très satisfaisante	39	37.8	55.6	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Source : Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS

Figure 20: L'évaluation de la gestion des sinistres par le CPA

Source : Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : Les résultats révèlent que la majorité des répondants ont évalué la gestion comme étant satisfaisante à très satisfaisante, avec seulement une faible proportion la considérant comme insatisfaisante ou moyenne.

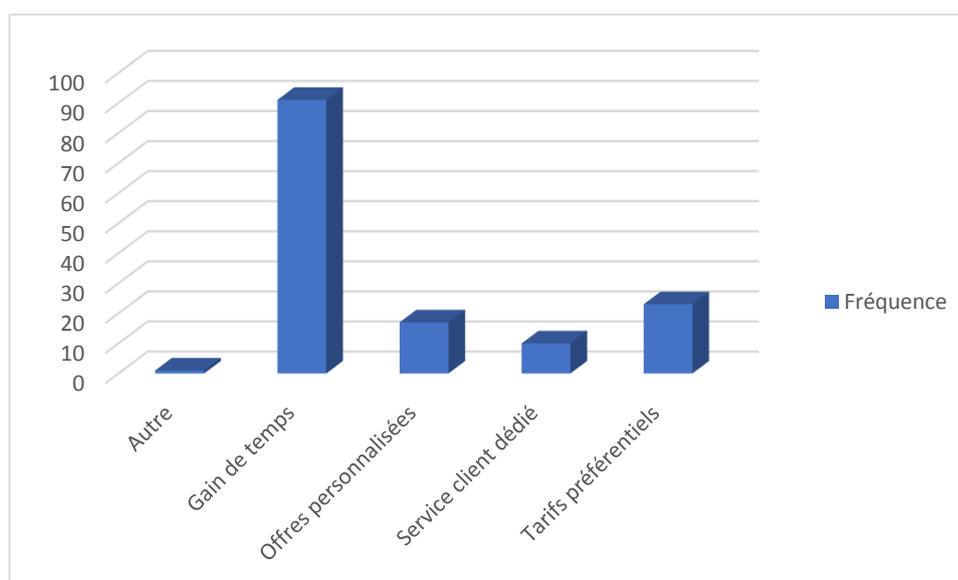
➤ Les avantages de souscrire à une assurance via Le CPA

Selon vous, quels sont les avantages de souscrire à une assurance via votre banque CPA ?

Tableau 40: Les avantages de souscrire à une assurance via Le CPA

	Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Autre	1	0,7	0,7	0,7
Gain de temps	91	64,1	64,1	64,8
Offres personnalisées	17	12	12	76,8
Service client dédié	10	7	7	83,8
Tarifs préférentiels	23	16,2	16,2	100
Total	142	100	100	

Source: *Établi par nos soins en utilisant statistiques de SPSS*

Figure 21: Les avantages de souscrire à une assurance via le CPA

Source: *Établi par nos soins à l'aide d'Excel*

Commentaire : Parmi les répondants, il est clair que le principal avantage mentionné est le gain de temps, cité 91 fois, ce qui représente 64,1% des réponses valides. Ensuite, les offres personnalisées sont également considérées comme un avantage important, avec 17 occurrences, soit 12,0% des réponses valides. Le service client dédié est mentionné 10 fois, ce qui correspond à 7,0% des réponses valides. Enfin, les tarifs préférentiels sont évoqués 23 fois, représentant 16,2% des réponses valides. Il est à noter qu'une seule réponse a été classée comme "Autre", avec une occurrence de 0,7% des réponses valides. Ces données fournissent un aperçu des avantages les plus pertinents et de leur importance relative pour ceux qui envisagent de souscrire à une assurance via leur banque CPA.

➤ **Adéquation des produits de bancassurance aux besoins des clients**

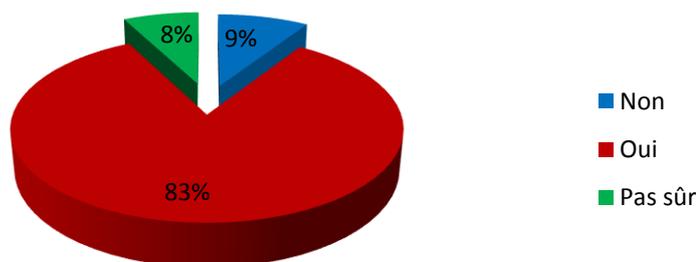
Pensez-vous que les produits de bancassurance proposés par le CPA répondent bien à vos besoins ?

Tableau 41: Adéquation des produits de bancassurance aux besoins des clients

	Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	12	4.6	53.8
	Oui	110	42.3	96.2
	Pas sûr	10	3.8	100.0
	Total	260	100.0	

Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Figure 22: Adéquation des produits de bancassurance aux besoins des clients



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : La plupart des répondants estiment que les produits de bancassurance proposés par la CPA répondent à leurs besoins. Sur les 260 répondants, 110 ont répondu "Oui" (42,3%), 12 ont répondu "Non" (4,6%) et 10 ont indiqué être "Pas sûr" (3,8%). Cela suggère une perception globalement positive, bien que quelques-uns aient exprimé des doutes ou des désaccords.

➤ **Améliorations potentielles des produits de bancassurance chez le CPA**

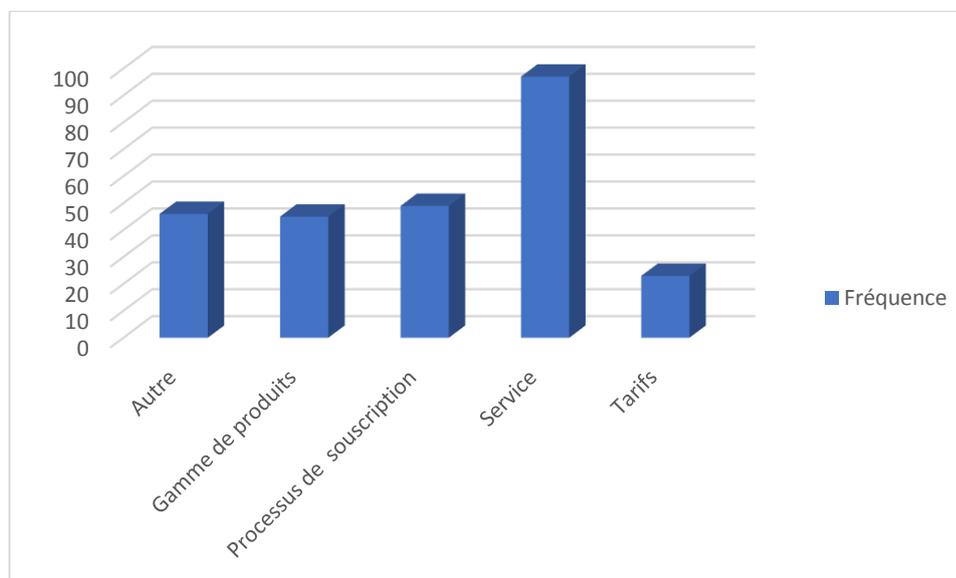
Quels aspects des produits de bancassurance chez le CPA pourraient être améliorés ?

Tableau 42: Améliorations potentielles des produits de bancassurance chez le CPA

	Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Autre	46	17.7	17.7	17.7
Gamme de produits	45	17.3	17.3	35.0
Processus de souscription	49	18.8	18.8	53.8
Service	97	37.3	37.3	91.2
Tarifs	23	8.8	8.8	100.0
Total	260	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistique de SPSS

Figure 23: Améliorations potentielles des produits de bancassurance chez le CPA



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : Selon les réponses recueillies, il est largement perçu que les produits de bancassurance proposés par le CPA pourraient bénéficier d'améliorations. En effet, la majorité des répondants semblent s'accorder sur ce point. Plus précisément, 97 répondants (37,3%) ont souligné l'importance d'améliorer le service, tandis que 49 répondants (18,8%) ont mis en avant la nécessité d'améliorer les processus. De plus, 45 répondants (17,3%) ont suggéré d'enrichir la gamme de produits offerts par le CPA, et 23 répondants (8,8%) ont mentionné la possibilité d'améliorer les tarifs. Par ailleurs, 46 répondants (17,7%) ont proposé d'autres améliorations non spécifiées. Ces données mettent en lumière les domaines prioritaires où les répondants estiment que des améliorations sont nécessaires pour les produits de bancassurance du CPA.

➤ **Intérêt pour de nouveaux types de produits de bancassurance chez le CPA**

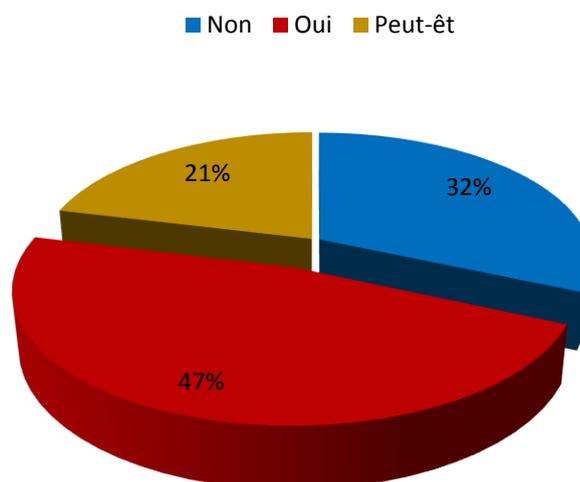
Seriez-vous intéressé par de nouveaux types de produits de bancassurance chez le CPA ?

Tableau 43: Intérêt pour les nouveaux types de produits de bancassurance chez le CPA

		Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
valide	Non	82	31.6	31.6	31.6
	Oui	123	47.3	47.3	78.8
	Peut-être	55	21.2	21.2	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Source: *Établi par nos soins en utilisant statistique de SPSS*

Figure 24: Intérêt pour les nouveaux types de produits de bancassurance chez les CPA



Source: *Établi par nos soins à l'aide d'Excel*

Commentaire : Selon les résultats obtenus, il semble qu'il existe un intérêt considérable pour les nouveaux types de produits de bancassurance chez les CPA. Sur les 260 répondants, 123 (47,3%) ont exprimé un intérêt affirmatif pour ces nouveaux produits, tandis que 82 (31,6%) ont manifesté un désintérêt. En outre, 55 répondants (21,2%) ont déclaré être incertains quant à leur intérêt pour ces nouveaux types de produits. Ces données suggèrent une réceptivité majoritaire à l'introduction de nouveaux produits de bancassurance chez les CPA, bien que des réserves et des incertitudes subsistent chez une partie des répondants.

➤ **Types de nouveaux produits de bancassurance souhaités chez le CPA?**

Nous avons 123 personnes qui ont répondu oui, et leurs choix sont : Assistance voyage, vol et pertes et moyens de paiement, des contrats d'assurance Epargne avec une garantie décès, Assur Auto/Moto et assurance décès emprunteur.

➤ **Les suggestions pour améliorer l'offre de bancassurance chez le CPA**

Les suggestions des membres de l'échantillon sont résumées comme suit:

-Communication et Sensibilisation : Renforcer la communication pour informer les clients sur les produits de bancassurance disponibles.

-Formation du Personnel : Former le personnel pour mieux conseiller les clients sur les produits de bancassurance.

-Personnalisation des Offres : Proposer des produits adaptés aux besoins spécifiques des clients.

-Amélioration de l'Accessibilité : Simplifier les processus de souscription et offrir des options de paiement flexibles.

-Élargissement de la Gamme de Produits : Ajouter plus de produits, comme l'assurance vie ou santé.

-Évaluation Continue : Effectuer des évaluations régulières pour améliorer les produits en fonction des retours des clients.

➤ **Influence des produits de bancassurance du CPA sur la fidélité des clients**

La disponibilité de produits de bancassurance chez le CPA influence-t-elle votre fidélité envers la banque ?

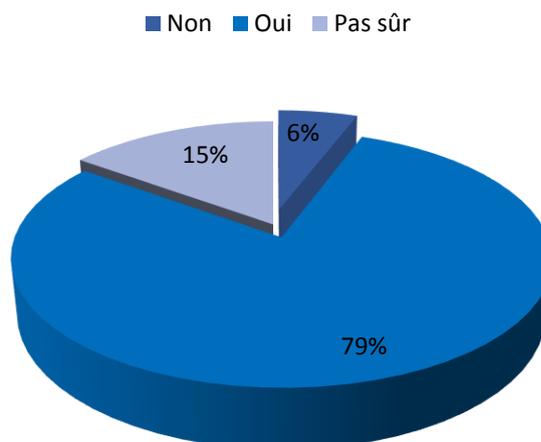
Tableau 44: Influence des produits de bancassurance du CPA sur la fidélité des clients

		Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	15	5.8	5.8	5.8
	Oui	206	79.2	79.2	86.9
	Pas sûr	39	1513.1	15.0	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistique de SPSS

La disponibilité de produits de bancassurance chez le CPA influence-t-elle votre fidélité envers la banque ?

Figure 25: La disponibilité de produits de bancassurance chez le CPA influence la fidélité envers la banque



Source: Elaboré par moi-même à l'aide d'Excel

Commentaire : Selon les données recueillies, il semble que la disponibilité des produits de bancassurance chez le CPA ait une influence significative sur la fidélité envers la banque. En effet, une grande majorité de 206 répondants (soit 79,2% des réponses valides) ont affirmé que la disponibilité de ces produits influence leur fidélité envers la banque. En revanche, seulement 15 répondants (5,8% des réponses valides) ont indiqué que cette disponibilité n'affecte pas leur fidélité. Cependant, 39 répondants (15,0% des réponses valides) ont exprimé une certaine incertitude quant à l'impact de la disponibilité des produits de bancassurance sur leur fidélité. Ces résultats suggèrent que la disponibilité de produits de bancassurance peut jouer un rôle important dans le maintien de la fidélité des clients envers le CPA pour une grande majorité, bien que quelques-uns restent indécis à ce sujet.

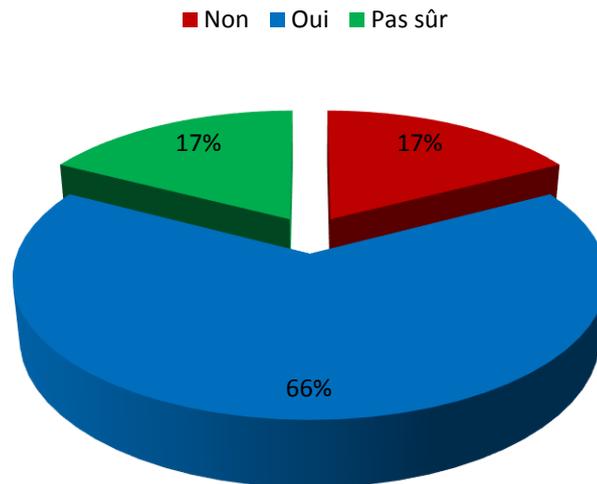
➤ **Valeur ajoutée de la bancassurance dans la relation client avec le CPA**

Pensez-vous que la bancassurance ajoute de la valeur à votre relation avec le CPA ?

Tableau 45: Valeur ajoutée de la bancassurance dans la relation client avec le CPA

	Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Non	45	17.3	17.3	17.3
Oui	170	65.4	65.4	82.7
Pas sûr	45	17.3	17.3	100.0
Total	260	100.0	100.0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistique de SPSS

Figure 26: Valeur ajoutée de la bancassurance dans la relation client avec le CPA

Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : D'après les réponses obtenues, il semble que la bancassurance apporte une réelle valeur à la relation avec le CPA, selon la perception des répondants. En effet, une forte majorité de 170 répondants (soit 65,4% des réponses valides) ont confirmé que la bancassurance enrichit leur relation avec le CPA. Cependant, il est intéressant de noter que 45 répondants (17,3% des réponses valides) ont exprimé un désaccord, estimant que la bancassurance ne contribue pas à améliorer leur relation avec le CPA. Par ailleurs, 45 autres répondants (17,3% des réponses valides) ont fait part de leur incertitude quant à l'impact de la bancassurance sur la valeur de leur relation avec le CPA. Ces résultats soulignent l'importance de la bancassurance dans la perception de la relation client-banque, bien que des avis divergents et des incertitudes persistent parmi les répondants.

➤ **Prédisposition à recommander le CPA en fonction de l'offre de la bancassurance**

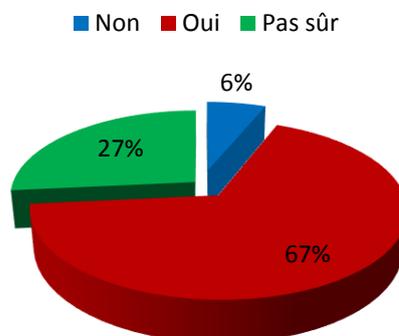
Seriez-vous plus enclin à recommander CPA à vos proches en raison de son offre de bancassurance ?

Tableau 46: Prédisposition à recommander le CPA en fonction de l'offre de la bancassurance

	Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Non	16	6,2	6,2	6,2
Oui	175	67,3	67,3	73,5
Pas sûr	69	26,5	26,5	100,0
Total	260	100,0	100,0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistique de SPSS

Figure 27:Prédisposition à recommander le CPA en fonction de l'offre de la bancassurance



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : D'après les résultats recueillis, il semble que la proposition de recommander le CPA à des proches en raison de son offre de bancassurance trouve une certaine adhésion parmi les répondants. En effet, une majorité de 175 répondants (soit 67,3% des réponses valides) ont indiqué qu'ils recommanderaient effectivement le CPA à leurs proches en raison de cette offre. Cependant, une minorité de 16 répondants (6,2% des réponses valides) ont exprimé leur désaccord avec cette proposition. Par ailleurs, 69 répondants supplémentaires (26,5% des réponses valides) ont manifesté une incertitude quant à leur propension à recommander le CPA pour son offre de bancassurance. Ces résultats suggèrent que la perspective de recommander le

CPA à des proches en raison de son offre de bancassurance est globalement bien accueillie, bien que des avis divergents et des incertitudes persistent parmi les répondants.

Comparaison des produits bancassurance du CPA avec ceux d'autres banques ou assureurs

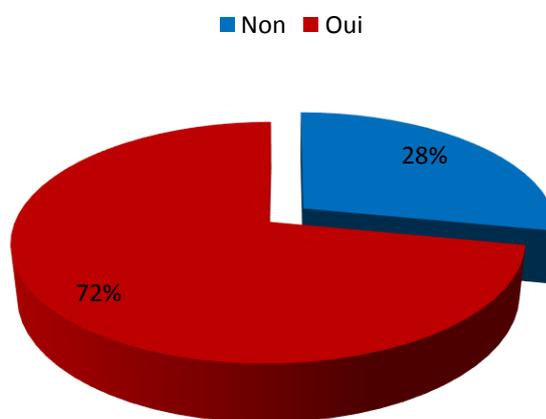
Avez-vous déjà comparé les produits de la bancassurance du CPA avec ceux d'autres banques ou assureurs ?

Tableau 47: Comparaison des produits bancassurance du CPA avec ceux d'autres banques ou assureurs

	Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Non	73	28,1	28,1	28,1
Valide Oui	187	71,9	71,9	100,0
Total	260	100,0	100,0	

Source: Établi par nos soins en utilisant statistique de SPSS

Figure 28: Comparaison des produits bancassurance du CPA avec ceux d'autres banques ou assureurs



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : Il ressort que la majorité des répondants ont comparé les produits de la bancassurance du CPA avec ceux proposés par d'autres banques ou assureurs. En effet, sur les 260 répondants, 187 d'entre eux (soit 71,9% des réponses valides) ont affirmé avoir effectivement réalisé ces comparaisons. En revanche, 73 répondants (représentant 28,1% des réponses valides) ont indiqué ne pas avoir entrepris de telles comparaisons. Cette tendance souligne un intérêt prononcé parmi les répondants pour évaluer et comparer les offres de bancassurance, peut-être dans le but de trouver les solutions les plus avantageuses ou adaptées à leurs besoins.

➤ **Positionnement du CPA par rapport à la concurrence**

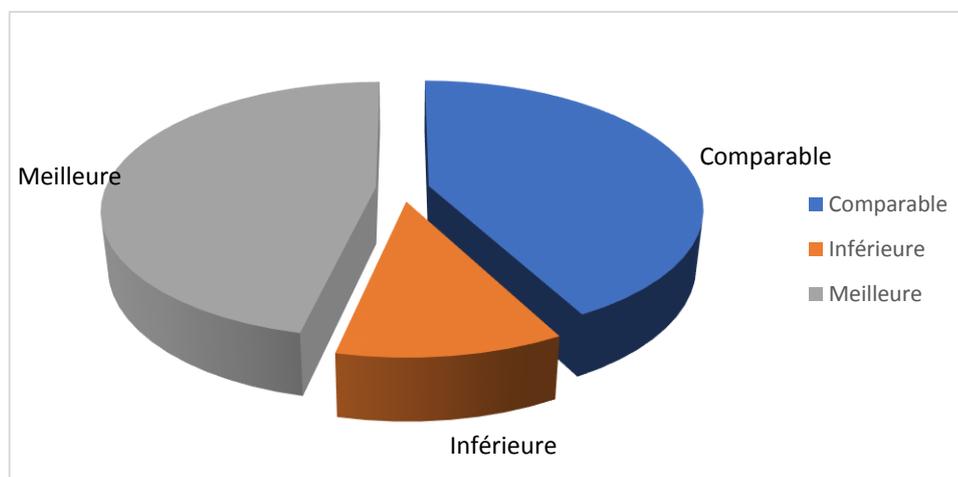
Si oui, comment le CPA se positionne-t-elle par rapport à la concurrence ?

Tableau 48:Positionnement du CPA par rapport à la concurrence

	Fréquence	pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Comparable	79	42.2459893	22.5914381
	Inférieure	21	11.2299465	6.005319
	Meilleure	87	46.5240642	24.8791787
	Total	187	100,0	100,0

Source: Établi par nos soins en utilisant statistique de SPSS

Figure 29:Positionnement du CPA par rapport à la concurrence



Source: Établi par nos soins à l'aide d'Excel

Commentaire : Le positionnement du CPA par rapport à la concurrence dans le domaine de la bancassurance varie selon la perception individuelle. Pour certains, représentant 42,2% des réponses valides, le CPA est considéré comme comparable à ses concurrents. En revanche, une part significative des répondants, soit 46,5%, estime que le CPA offre des produits de bancassurance de meilleure qualité que ses concurrents. Toutefois, une minorité, représentant 11,2% des réponses valides, considère que les produits de bancassurance du CPA sont de qualité inférieure à ceux de ses concurrents. Ces résultats révèlent une diversité d'opinions quant à la position du CPA par rapport à la concurrence, reflétant une perception mitigée parmi les répondants.

3.ANALYSE D'IMPACT SUR LE CONSOMMATEUR

Dans cette section, nous allons tester les hypothèses de notre étude pour identifier la nature de l'impact de plusieurs facteurs de bancassurance sur le consommateur.

1- **Hypothèse 1 (H1)** : L'impact de la bancassurance sur le comportement financier des consommateurs

- ✓ **Hypothèse formulée** : Les consommateurs qui souscrivent à des produits de bancassurance sont plus susceptibles d'adopter des comportements financiers prudents, tels que l'achat fréquent de produits financiers et une gestion plus proactive de leurs finances personnelles.
- ✓ **Variables** : Types de produits de bancassurance souscrits, Fréquence d'utilisation des produits de bancassurance.

On utilise le tableau croisé pour évaluer la relation entre les types de produits de bancassurance souscrits et la fréquence d'utilisation.

Tableau 49:La relation entre les types de produit de bancassurance et la fréquences d'utilisations de ces produits

			Q5, À quelle fréquence utilisez-vous les produits de bancassurance proposés par le CPA ?				Total
			De temps en temps	Rarement	Fréquemment	Toujours	
Q4, Quels types de produits avez-vous souscrits ?	SIHATI	Effectif	0	0	0	0	0
		% du total	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
	ATD	Effectif	15	4	19	4	42
		% du total	10.60%	2.80%	13.40%	2.80%	29.60%
	AVE	Effectif	16	1	19	0	36
		% du total	11.20%	0.70%	13.30%	0.00%	25.20%
	CAT-NAT	Effectif	16	9	13	0	38
		% du total	11.30%	6.30%	9.20%	0.00%	26.80%
	MRH	Effectif	15	3	8	0	26
		% du total	10.60%	2.10%	5.60%	0.00%	18.30%
	Total	Effectif	62	17	59	4	142
		% du total	43.70%	12.00%	41.50%	2.80%	100%

Source: Établi par nos soins en utilisant statistique de SPSS

Commentaire : Selon le test khi deux La valeur du p ($p=0.038$) est inférieure à 0.05 indique que la relation entre les types de produits de bancassurance souscrits et la fréquence de leur utilisation est statistiquement significative.

Les produits les plus souscrits sont ATD, AVE et CAT-NAT. Parmi les souscripteurs de ces produits, une proportion importante les utilise "de temps en temps" (43,7%) et "fréquemment" (41,5%). En revanche, seulement 2,8% les utilisent "toujours", tandis que 12% les utilisent "rarement". Aucun répondant n'a souscrit au produit SIHATI. Ces résultats indiquent une utilisation modérée à fréquente des produits de bancassurance par la majorité des souscripteurs. L'analyse soutient l'hypothèse selon laquelle les consommateurs qui souscrivent à des produits de bancassurance adoptent des comportements financiers plus prudents. La fréquence élevée d'utilisation de ces produits (41,5% fréquemment et 43,7% de temps en temps) suggère une gestion proactive de leurs finances personnelles, confirmant ainsi l'impact positif de la bancassurance sur leur comportement financier.

2-Hypothèse 2 (H2): Commodité et perception des risques de la bancassurance

- ✓ **Hypothèse formulée :** Les consommateurs qui perçoivent une commodité élevée dans l'utilisation des produits de bancassurance ont une perception réduite des risques associés à ces produits.
- ✓ **Variables :** Mode d'information sur les produits de bancassurance Q6 , Perception des risques associés aux produits de bancassurance. Q12

On utilisera le tableau croisé pour explorer la relation entre le mode d'information (en agence, site web/application mobile, courrier/email, conseiller) et la perception des risques.

Tableau 50: La relation entre le mode d'information sur les produits de bancassurance et la perception des risques associés aux produits de bancassurance.

			Q12, Pensez-vous que les produits de bancassurance proposés par le CPA répondent bien à vos besoins ?			Total
			Non	Oui	Pas sur	
Q6, Comment avez-vous été informé des produits de bancassurance disponibles chez le CPA ?	Autre	Effectif	2	11	0	13
		% du total	1.40%	7.70%	0.00%	9.10%
	Conseiller CPA	Effectif	0	27	1	28
		% du total	0.00%	18.90%	0.70%	19.60%
	Courrier / E-mail	Effectif	0	5	0	5
		% du total	0.00%	3.50%	0.00%	3.50%
	En agence	Effectif	3	70	11	84
		% du total	2.10%	49.00%	7.70%	58.70%
	Site web / Application mobile	Effectif	0	9	4	13
		% du total	0.00%	6.30%	2.80%	9.10%
	Total	Effectif	5	122	15	142
		% du total	3.50%	85.30%	11.20%	100.00%

Source: Établi par nos soins en utilisant statistique de SPSS

Commentaire : Selon le test khi deux La valeur du p ($p=0.033$) est inférieure à 0.05 indique que la relation entre le mode d'information et la perception des risques est statistiquement significative.

Les résultats du tableau croisé montrent que les consommateurs informés par des moyens plus personnels et directs, comme en agence (49,0%) ou par conseiller (18,9%), ont une perception très positive de l'adéquation des produits de bancassurance à leurs besoins. Ces modes d'information, perçus comme plus commodes et rassurants, semblent réduire la perception des risques associés aux produits de bancassurance. En revanche, les consommateurs informés par des moyens moins directs, comme le site web (6,3% de perception positive) et le courrier

(3,5%), affichent une perception moins positive. Ces résultats valident l'hypothèse selon laquelle une commodité élevée dans l'utilisation des produits de bancassurance réduit la perception des risques associés, renforçant ainsi la confiance des consommateurs dans ces produits.

3-Hypothèse 3 (H3): Satisfaction avec la bancassurance et fidélité des consommateurs

- ✓ **Hypothèse formulée :** La satisfaction des consommateurs avec la gestion des produits de bancassurance, en particulier en cas de sinistre, est positivement corrélée à leur fidélité envers leur fournisseur de services financiers.
- ✓ **Variables :** Satisfaction avec la gestion des sinistres, Fidélité envers le fournisseur de services financiers .

On utilise le tableau croisé pour examiner la relation entre la satisfaction avec la gestion des sinistres et la fidélité des consommateurs.

Tableau 51: La relation entre la satisfaction avec la gestion des sinistres et la fidélité envers le fournisseur de services financiers .

			Q17, La disponibilité de produits de bancassurance chez le CPA influence-t-elle votre fidélité envers la banque ?			Total
			Non	oui	pas sur	
Q10, comment évalueriez-vous la gestion de votre sinistre ou demande par le CPA ?	Insatisfaisante	Effectif	0	3	0	3
		% du total	0.00%	3.00%	0.00%	3.00%
	Moyenne	Effectif	5	9	5	19
		% du total	5.40%	9.10%	5.30%	19.50%
	Satisfait	Effectif	5	23	8	26
		% du total	5.60%	23.50%	8.40%	37.10%
	Très satisfaisante	Effectif	3	29	7	39
		% du total	3.00%	29.40%	7.30%	39.40%
Total		Effectif	13	64	20	97
		% du total	14.00%	65.00%	21.00%	100.00%

Source: Établi par nos soins en utilisant statistique de SPSS

Commentaire : Selon le test khi deux La valeur du p ($p=0.020$) est inférieure à 0.05 indique que la relation entre la satisfaction des consommateurs avec la gestion des sinistres et leur fidélité envers le fournisseur de services financiers.

Ce tableau croisé analyse la relation entre la satisfaction des consommateurs avec la gestion des sinistres (Q10) et leur fidélité envers le fournisseur de services financiers (Q17). Les résultats montrent que parmi les consommateurs ayant une évaluation "insatisfaisante", 3% restent fidèles à la banque. Pour ceux ayant une évaluation "moyenne", 9,1% indiquent que la disponibilité de produits de bancassurance influence positivement leur fidélité, contre 5,4% qui ne sont pas influencés. Les consommateurs "satisfaits" montrent une forte fidélité, avec 23,5% influencés positivement et 5,6% non influencés. Enfin, les "très satisfaits" affichent la plus forte fidélité, avec 29,4% influencés positivement par la disponibilité de produits de bancassurance. L'analyse confirme l'hypothèse selon laquelle la satisfaction des consommateurs avec la gestion des sinistres est positivement corrélée à leur fidélité envers leur fournisseur de services financiers. La majorité des répondants satisfaits et très satisfaits indiquent que la disponibilité de produits de bancassurance renforce leur fidélité envers la banque, soulignant l'importance d'une gestion efficace des sinistres pour maintenir la fidélité des clients.

4.LIAISON ENTRE LES RÉSULTATS OBTENUS ET LA REVUE DE LITTÉRATURE

Les résultats de mon étude démontrent une influence significative de la bancassurance sur le comportement financier des consommateurs et la stabilité du secteur financier en Algérie, en particulier au Crédit Populaire d'Algérie (CPA). Ces résultats confirment les conclusions des études antérieures, comme celles de Guenane (2021) et Guemmaz (2021), qui ont montré une corrélation positive entre l'émergence de la bancassurance et le développement des assurances de personnes. Mon analyse empirique, utilisant des outils statistiques comme SPSS, révèle que les produits de bancassurance les plus souscrits au CPA, tels que l'Assurance Temporaire au Décès (ATD) et l'Assurance Voyage à l'Étranger (AVE), sont fréquemment utilisés par les clients, suggérant une gestion proactive de leurs finances personnelles.

Cette observation est en ligne avec l'analyse SWOT de Hamoul et al. (2019), qui identifie les forces de la bancassurance, notamment l'extension de la base de clients et l'augmentation des revenus. Mon étude de cas du CPA, montre comment les stratégies de bancassurance peuvent être adaptées pour maximiser leur impact, en mettant en avant l'importance de la formation des employés et de la commodité perçue par les clients. Ensemble, ces éléments illustrent la manière dont la bancassurance, correctement mise en œuvre, peut transformer les pratiques financières des consommateurs et renforcer la stabilité du secteur financier en Algérie.

CONCLUSION
GÉNÉRALE

CONCLUSION GÉNÉRALE

L'objectif de cette étude était d'analyser comment la bancassurance influence le comportement financier des consommateurs et contribue à la stabilité du secteur financier en Algérie. À travers une enquête menée auprès des clients du Crédit Populaire d'Algérie (CPA), nous avons pu valider les hypothèses formulées.

Premièrement, l'hypothèse selon laquelle les consommateurs qui souscrivent à des produits de bancassurance adoptent des comportements financiers plus prudents a été confirmée. Les données montrent que ces consommateurs sont plus enclins à gérer leurs finances de manière proactive et à diversifier leurs investissements, ce qui contribue à leur sécurité financière personnelle.

Deuxièmement, nous avons confirmé que les consommateurs qui perçoivent une commodité élevée dans l'utilisation des produits de bancassurance ont une perception réduite des risques associés à ces produits. La commodité offerte par l'intégration des services bancaires et d'assurance rassure les consommateurs, les encourageant à utiliser davantage ces produits.

Enfin, l'hypothèse que la satisfaction des consommateurs avec la gestion des produits de bancassurance est positivement corrélée à leur fidélité envers leur fournisseur de services financiers a également été validée. Les clients satisfaits de la manière dont leurs sinistres sont gérés montrent une fidélité accrue envers le CPA, renforçant ainsi la relation client-institution.

En conclusion, cette étude a démontré que la bancassurance a un impact significatif sur le comportement financier des consommateurs en Algérie et joue un rôle important dans la fidélisation des clients et la stabilité financière. Les résultats obtenus confirment les hypothèses formulées et répondent à la problématique de recherche posée, soulignant l'importance de la bancassurance dans le paysage financier algérien malgré son niveau de développement relativement faible par rapport à d'autres canaux de distribution.

1.Recommandations

- **Renforcement de l'Offre de Produits :** Il est recommandé aux institutions financières de diversifier et d'améliorer leur offre de produits de bancassurance pour répondre aux besoins variés des consommateurs. La collaboration avec des partenaires spécialisés comme la CAAR et CAARAMA peut être renforcée pour offrir une gamme complète de produits d'assurance.
- **Amélioration de la Perception des Risques :** Les institutions devraient investir dans des campagnes de sensibilisation et d'information pour améliorer la perception des risques associés aux produits de bancassurance, rassurant ainsi les consommateurs sur les avantages et la sécurité de ces produits.

- **Innovation Technologique :** L'adoption de technologies innovantes pour faciliter l'accès aux produits de bancassurance, telles que les plateformes en ligne et les applications mobiles, peut augmenter la commodité perçue par les consommateurs et encourager l'adoption de ces produits.

2.Limites de l'Étude

Cette étude présente certaines limites qui doivent être prises en compte. Tout d'abord, la portée géographique est limitée aux clients du CPA en Algérie, ce qui peut ne pas représenter la totalité du marché algérien. De plus, l'étude se concentre principalement sur les perceptions et comportements des consommateurs, sans inclure une analyse approfondie des perspectives institutionnelles et réglementaires. En outre, il n'a pas été possible d'étudier tout le secteur de la bancassurance pour analyser tous les impacts économiques et réglementaires, ce qui a conduit à une concentration sur le consommateur, élément essentiel du secteur financier. Enfin, les données recueillies reposent sur des enquêtes auto-déclarées, ce qui peut introduire des biais de réponse.

3.Pistes de Recherche

Pour approfondir la compréhension de l'impact de la bancassurance en Algérie, plusieurs pistes de recherche peuvent être envisagées :

- **Études Comparatives :** Des recherches comparatives entre différents pays ou régions peuvent offrir des insights sur les meilleures pratiques et les facteurs de succès dans le développement de la bancassurance.
- **Analyse Réglementaire :** Une analyse plus détaillée du cadre réglementaire et de son impact sur la bancassurance pourrait aider à identifier les barrières et les opportunités pour le développement de ce secteur en Algérie.
- **Approche Longitudinale :** Des études longitudinales suivant l'évolution des comportements des consommateurs et des performances des produits de bancassurance sur une période prolongée pourraient fournir des données plus robustes sur l'efficacité de ces produits.
- **Perspectives Institutionnelles :** Explorer les points de vue des institutions financières et des régulateurs sur les défis et les opportunités de la bancassurance pourrait compléter les perspectives des consommateurs et offrir une vision plus complète du secteur.

RÉFÉRENCES
BIBLIOGRAPHIQUES

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES***Ouvrages***

1. -Benamara, Fatiha. (2018). *L'impact de la bancassurance sur le développement des assurances de personnes en Algérie*. Éditions ENSP.
2. Berkane, Abdelkader. (2020). *Bancassurance en Algérie: enjeux et perspectives*. Éditions Publibook.
3. Borderie, A., & Lafitte, M. (2004). *La bancassurance :stratégies et perspectives en France et en Europe*. France: RB Edition.
4. Daniel, Jean-Pierre. (1992). *La bancassurance: fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ?*. Édition de Verneuil, France, p. 13.
5. Genetay, Nadege, & Molyneux, Philip. (1998). *Bancassurance*. Antony Rowe LTD, Chippenham, Wiltshire, Great Britain, p. 9.
6. Gossou, S. (2006). *La distribution de l'assurance par les banques*. Presses universitaires d'AixMarseille..
7. Julien, A., & Marot, A. (2012). *Marketing de la banque et de l'assurance*. Paris: Dunod.
8. Keren, V. (1997). *La bancassurance*. Paris: Presses universitaires de France.
9. Keren, Vered. (1997). *La bancassurance*. 1ère édition. Paris: Presse Universitaire de France, p. 3.
10. Monnier, P., & Mahier-Lefrancois, S. (2016). *Techniques bancaires*. Paris: Dunod.
11. Sleiman, Gilbert. (2004). *Les structures juridiques de bancassurance*. Thèse de doctorat en droit privé, FDSS/Université de Poitiers, p. 9.
12. -Zerguine-Didi, Doria. (2016). *La bancassurance en Algérie: analyse des déterminants de la souscription à une assurance-vie individuelle par les clients bancaires*. Éditions L'Harmattan.
13. Zollinger, M., & Lamarque, E. (2004). *Marketing et stratégie de la banque*. Paris: Dunod.

Articles scientifiques

1. -Benamara, Fatiha, & Berkane, Abdelkader. (2019). Bancassurance : Quels avantages pour les banques et les compagnies d'assurance ? *Revue Algérienne des Sciences Financières*, pp. 1-20. en ligne : https://www.bna.dz/fr/banque_assurance/, consulté le -17-2024, à 10:30
2. Bernou, S. (2012, Septembre 18). Bancassurance au niveau des banques algériennes, developpement et enjeux : Cas de la BNA. *L'entreprise*, pp. 1-12. En ligne :

3. Brahim, G. U. E. N. A. N. E. L'impact de l'émergence de la bancassurance sur le développement des assurances de personnes en Algérie The impact of the emergence of bancassurance on the development of personals insurances in Algeria.
4. Chevalier, M., Launay , C., & Mainguy, B. (2005, Octobre). Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde. Revue Focus du groupe SCOR.
5. Conseil National des Assurances. (2017). Note de conjoncture. Troisieme trimestre 2017 et previsions de cloture a fin 2017.
6. Conseil National des Assurances. (2021). 4eme trismestre et exercice 2021.
7. Daniel, Jean-Pierre. *Op. cit.*, p. 30.
8. Deloitte. (2015, Septembre). Life insurance consumer purchase behavior, Tailoring consumer engagement for today's middle market. En ligne : <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/strategy/us-cons-life-insurance-consumer-study.pdf>, consulté le 21-03-2024, à 16:36.
9. European Commission. (2017). Study on consumer's decision making in insurance services : a behavioural economics perspective. En ligne:https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/finalreport_en.pdf, consulté le 21-03-2022, à 23:45
10. Gharbi, Fethi, et al. (2019). L'influence du contexte économique sur le comportement de multiéquipement des clients de la bancassurance.
11. <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/248/1/1/20290>, consulté le 15-2-2024, à 21:25
12. *Ibid.*, p. 2.
13. Langlaume, Patrice Michel. (2008). "La distribution des produits d'assurance par les banques et les établissements financiers". Séminaire organisé par UAR/INSAG, p. 1
14. Revue Algérienne des Sciences Financières (RASf)
15. Revue Banque. (2018). Quels impacts sur la bancassurance ?..
16. Showers, W. E., & Shotick, J. A. (1994). The effects of household characteristics on demand for insurance : A Tobit analysys. *Journal of Risk and Insurance*, pp. 492-502.
17. Sorsa, B., & Rao, D. (2018, mars). The effect of demographic factors on demand for life insurance in Ethiopia. *International journal of advanced research*, pp. 1382-1391. En ligne : https://www.journalijar.com/uploads/600_IJAR-22766.pdf, consulté le 30-3-2024, à 18:45

18. Souhil, G. U. E. M. M. A. Z. La structure institutionnelle de la bancassurance en Algérie: Historique et actualité The institutional structure of bancassurance in Algeria: History and actuality.
19. Wallerich, Denis et al. *Op. cit.*, p. 2.
20. Zair, W., Hamoul, T., & Kassoul, S. (2019). A SWOT analysis of Algerian bancassurance strategy. *Journal of Financial Services*, 19(2), 697-715.
21. -Zerguine-Didi, Doria, & Berkane, Abdelkader. (2018). L'impact de la bancassurance sur le développement des assurances de personnes en Algérie. *Revue Algérienne des Sciences Financières*, pp. 21-35.

Rapports et Documents

1. Autorité de Régulation et de Supervision des Assurances (ARSA). (2020). *Bancassurance : Un levier de croissance pour les banques et les compagnies d'assurance en Algérie*. Disponible à l'adresse : <https://www.uar.dz/>
2. Autorité de Régulation et de Supervision des Assurances (ARSA). (2020). *Étude sur la bancassurance en Algérie*. Disponible à l'adresse : <https://www.uar.dz/>
3. BNP Paribas Cardif. "BNP Paribas Cardif et les défis de la bancassurance". Disponible à l'adresse : <https://www.bnpparibascardif.com/>
4. Centre de Recherche en Économie Appliquée (CREA). (2018). *Étude sur la bancassurance en Algérie*. Disponible à l'adresse : <https://www.cread.dz/>
5. Fédération Française de l'Assurance (FFA). "L'avenir de la bancassurance", page 17. Disponible à l'adresse : <https://www.linguee.fr/francais-anglais/traduction/non+valide.html>
6. Société Générale Assurances. "Société Générale Assurances et les défis de la bancassurance". Disponible à l'adresse : <https://www.societegenerale.com>

Sites Web

1. Agence Presse Service (APS): <https://www.aps.dz/economie/163955-finances-la-loi-relative-aux-assurances-modifiee-contribuera-a-ameliorer-la-qualite-des-services-proposees-aux-clients-faid>
2. Association des Banques et Établissements Financiers d'Algérie (ABEF): <https://www.abef-dz.org/>
3. Autorité de Régulation et de Supervision des Assurances (ARSA): https://www.uar.dz/wp-content/uploads/2017/01/DE_08_113_CSA.pdf

4. Bank Al-Maghrib (BAM): <https://www.bkam.ma/Trouvez-l-information-concernant/Reglementation/Loi-bancaire>
5. Banque Centrale de Tunisie (BCT): https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/20221019_Structure_Systeme_Financier_fr.pdf
6. Banque d'Algérie: <https://www.afdb.org/fr/pays-afrique-du-nord/algerie>
7. Conseil National des Assurances: <https://cna.dz/>
8. Fédération Algérienne des Assurances (FAA): <http://dzweblicence.com/faa>
9. <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/180/9/4/179577>
10. Ministère des Finances: <http://www.mf.gov.dz/>
11. Notice d'Information CPA: https://www.cpa-bank.dz/images/docs/notice-information-opv-n2024-01_fr.pdf
12. Site de la CAARAMA: <https://www.caarama.dz/index.php/en/>
13. Union Algérienne des Sociétés d'Assurance et de Réassurance: <https://www.uar.dz/>

Entretien

1. Entretien avec la responsable régionale de la bancassurance à la BNP PARIS-BAS, Limoges/France, 15 octobre 2007.

Thèse et mémoire :

1. Berbache, L., & Bakir, F. (2016). La bancassurance en Algérie : Enquête par questionnaire auprès des agences bancaires de la wilaya de Béjaïa, Master en sciences économiques option monnaie, banque et environnement, UAM-Béjaïa.
2. Guenane, B. (2014). Enjeux et perspectives de la bancassurance en Algérie. Algérie: Thèse de doctorat, Ecole Supérieure de Commerce.
3. Haliche, R., & Charchour, Y. (2020, Juillet). La pratique de la bancassurance en Algérie : étude du partenariat AMANA-BADR et BNA-AGLIC. Tizi Ouzou, Algérie: Master en science de gestion, spécialité Management bancaire, UMMTO.
4. Lallemand-Stempak, N. (2013). Capitalisme, mutualisme et démocratie dans le secteur de l'assurance: rôles d'un dispositif d'élaboration stratégique dans la maintenance d'une organisation hybride. Paris, France: Thèse de doctorat, HEC Paris.
5. Younsi, K., & Zerrouki Nadia. (2018). La pratique de la bancassurance au sein de la CNEP-Bnaque et de la Société Générale Algérie. Tizi Ouzou, Algérie: Master en sciences financières et comptabilité, option finance et banques, UMMTO.

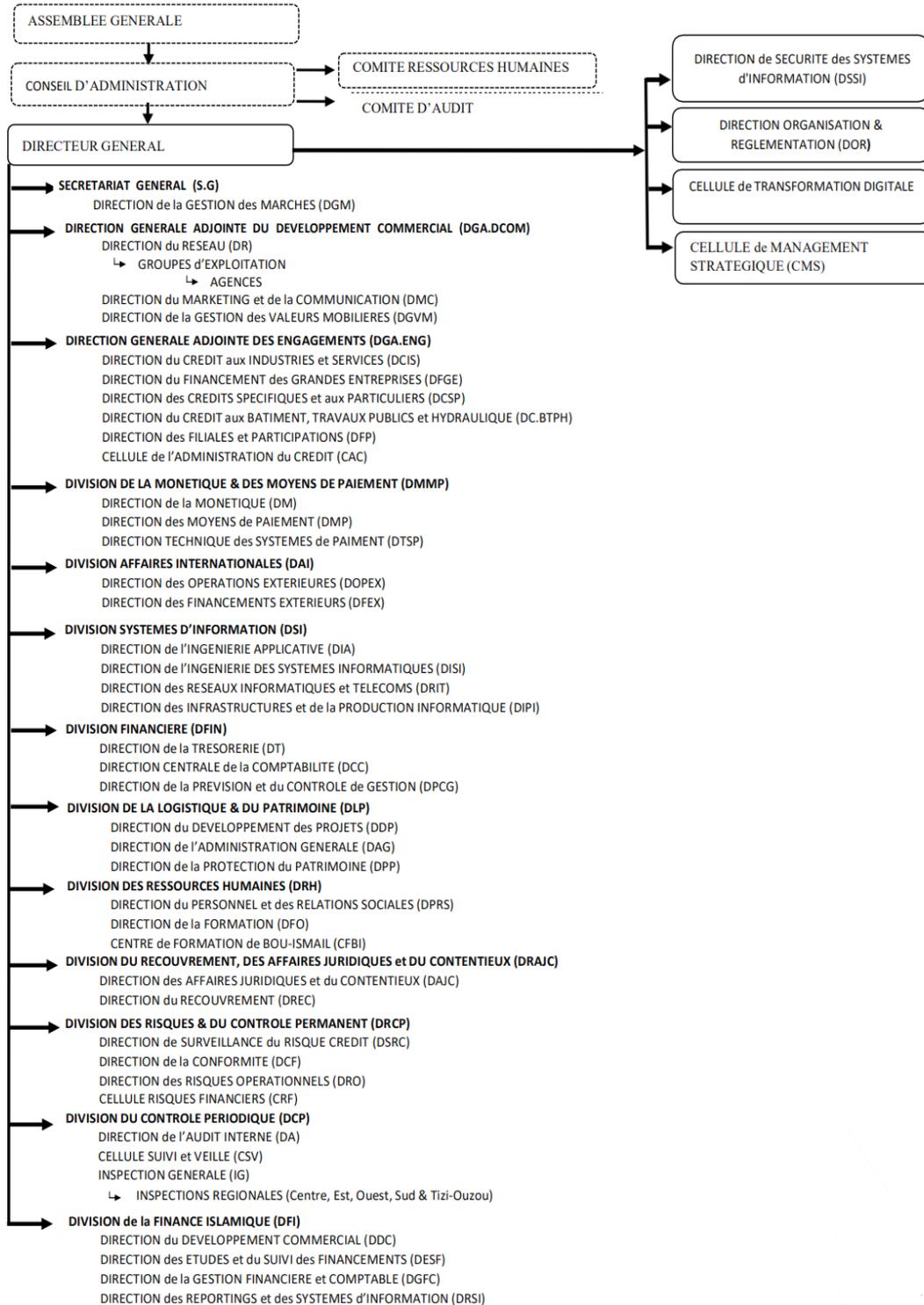
Texte juridique :

1. Article 2 de l'arrêté ministériel du 6 août 2007. (s.d.).
2. Article 4 de l'arrêté ministériel du 6 août 2007. (s.d.).
3. Article 5 du décret exécutif 07-153 du 22 mai 2007. (s.d.).

ANNEXES

Annexes

Annexe1: L'organigramme du CPA



Annexe2: L'évolution du capital social du CPA

Année	Capital social (en DZD)	Evolution en %
1966	15 000 000	-
1983	800 000 000	5233%
1992	5 600 000 000	600%
1994	9 310 000 000	66,3%
1996	13 600 000 000	46,1%
2000	21 600 000 000	58,8%
2004	25 300 000 000	17,1%
2006	29 300 000 000	15,8%
2010	48 000 000 000	63,8%
2024	200 000 000 000	316,67%

Annexe 3 : les primes perçues par le CPA dans le cadre de la bancassurance en dinars

Années	MRH	CAT NAT	ATD	AVE	SIHATI	TOTAL
2018	1 955 471	5 036 195	624 442 614	7 879 353	-	639 313 634
2019	3 977 853	6 168 821	648 267 384	9 333 313	10 220	667 757 591
2020	4 239 931	5 015 755	452 288 877	2 494 531	0	464 039 094
2021	5 122 186	6 995 524	511 942 705	2 587 045	11 300	526 658 760
2022	4 465 156	5 095 443	473 130 885	7 094 729	11 300	489 797 512
Total	19 760 597	28 311 738	2 710 072 465	29 388 971	32 820	2 787 566 590

Annexe 4 : Total de la production CAARAMA**En millions de DA**

Année	2012	2013	2014	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Production Caarama assurance	62	166	246	169	1 377	731	671	502	615	645
Totale bancassurance		1 649	1 963	2 261	4 756	4 834	5 618	5 555	6 204	7 199

	1 287									
Part en %	5%	10%	13%	7%	29%	15%	12%	9%	10%	9%

Annexe 5 : Production de la bancassurance de la CAAR*En millions de dinars*

Année	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Production de la CAAR	1	4	6	4	4	5	7	9	9	14	12
Totale de bancassurance	1 287	1 649	1 963	2 261	2 638	4 756	4 834	5 618	5 555	6 204	7 199
Part en %	0,08%	0,24%	0,31%	0,18%	0,15%	0,11%	0,14%	0,16%	0,16%	0,23%	0,17%

Source : Les rapports annuels du crédit populaire d'Algérie.

Annexe 6 : L'évolution du nombre de contrats commercialisés par le CPA

ANNEES	MRH	CAT NAT	ATD	AVE	SIHATI	TOTAL
2018	723	859	3 194	2 746	–	7 522
2019	1 010	1 249	3 550	5 183	1	10 993
2020	956	1 101	2 009	1 357	0	5 423
2021	1 191	1 359	3 300	534	1	6 385
2022	1 213	1 100	2 829	3 306	1	8 449
Total	5 093	5 668	14 882	13 126	3	38 772

Annexe 7 : Les commissions perçues par le CPA dans le cadre de la bancassurance en dinars

Année	MRH	CAT-NAT	ATD	AVE	SIHATI	totale
2018	488 868	251 810	93 666 392	14 049 959	–	108 457 028

2019	994 463	308 441	97 240 108	1 399 997	1 533	99 944 542
2020	1 059 983	250 788	67 843 332	374 180	0	69 528 282
2021	1 280 547	349 776	76 791 406	388 057	1 695	78 811 480
2022	1 116 289	254 772	70 969 633	1 064 209	1 695	73 406 598
totale	4 940 149	1 415 587	406 510 870	17 276 401	4 923	430 147 930

Annexe 8: QUESTIONNAIRE:

L'impact de la bancassurance sur le consommateur

* Indique une question obligatoire

Introduction

Je suis étudiante à L'École Supérieure de Commerce(ESC), Dans le cadre de la préparation d'un travail de recherche, je vous remercie de bien vouloir répondre à ce questionnaire qui a pour but de mieux comprendre L'impact de la bancassurance assurance sur le consommateur .
Les réponses fournies seront traitées de façon confidentielle et anonyme.

Questionnaire

Expérience avec la Bancassurance :

1. 1/ Avez-vous déjà souscrit à un produit de bancassurance chez CPA ? *

Une seule réponse possible.

- Oui *Passer à la question 4*
- Non *Passer à la question 2*

Si réponse négative à la première question

- 2. 2 / Pouvez-vous nous indiquer les raisons pour lesquelles vous n'avez
* pas souscrit ou êtes incertain quant à la souscription à un
produit de la bancassurance chez le CPA ?**

Une seule réponse possible.

- Manque d'information sur les produits disponibles
- Perception que les produits ne répondent pas à mes besoins
- Préoccupations concernant les coûts ou les tarifs
- Mauvaises expériences passées avec des produits d'assurance
- Préférence pour la souscription à des assurances auprès d'assureurs spécialisés
- Autre :

- 3. 3/ Seriez-vous intéressé par des informations supplémentaires ou une
* consultation personnalisée pour explorer les produits de
bancassurance disponibles chez le CPA ?**

Une seule réponse possible.

Oui

Non

Peut-être

Autre :

Si réponse positive à la première question

4. 4/ Quels types de produits avez-vous souscrits ? (plusieurs réponses possibles)

- Assurance Multirisques Habitation (MRH)
- Assurance Catastrophes Naturelles (CAT-NAT)
- Assurance Temporaire au Décès (ATD)
- Assurance Voyage à l'Étranger (AVE)
- Assurance Santé (SIHATI)

5. 5/ À quelle fréquence utilisez-vous les produits de bancassurance proposés par le CPA ?

Une seule réponse possible.

- Rarement
- De temps en temps
- Fréquemment
- Toujours

6. 6/ Comment avez-vous été informé des produits de bancassurance disponibles chez le CPA ?

Une seule réponse possible.

- agence
- Site web / Application mobile
- Courrier / E-mail
- Conseiller CPA
- Autre :

7. 7/ Quel a été le principal facteur qui vous a incité à souscrire à un produit de bancassurance chez le CPA ?

Une seule réponse possible.

Recommandation d'un conseiller

Couverture offerte

Prix avantageux

Simplicité de

souscription

Autre :

8. 9/ en cas de sinistre , Avez-vous déjà eu recours à votre assurance souscrite chez le CPA ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

9. 10/ Si oui, comment évalueriez-vous la gestion de votre sinistre ou demande par le CPA ?

Une seule réponse possible.

Très satisfaisante

Satisfaisante

Moyenne

Insatisfaisante

Très

insatisfaisante

10.

via votre banque CPA ?

Une seule réponse possible.

Gain de temps

Offres

personnalisées

Tarifs préférentiels

Service client

dédié Autre :

Perception et Attentes :

11. 12/ Pensez-vous que les produits de bancassurance proposés par le CPA répondent bien à vos besoins ?

Une seule réponse possible.

oui

Non

pas

sur

12. 13/ Quels aspects des produits de bancassurance chez le CPA pourraient être améliorés ?

Une seule réponse possible.

Gamme de

produits Tarifs

Service client

10.

Processus de souscription

Autre :

13. 14/ Seriez-vous intéressé par de nouveaux types de produits de bancassurance chez le CPA ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

Peut-être

14. 15/ Si oui, quels types de produits aimeriez-vous voir proposés ?

15. 16/ Avez-vous des suggestions pour améliorer l'offre de bancassurance chez le CPA ?

Impact sur la Relation Client-Banque :

10.

16. 17/ La disponibilité de produits de bancassurance chez le CPA influence-t-elle votre fidélité envers la banque ?*Une seule réponse possible.* Oui Non Pas

sûr

17. 18/ Pensez-vous que la bancassurance ajoute de la valeur à votre relation avec le CPA ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

Pas

sûr

18. 19/ Seriez-vous plus enclin à recommander CPA à vos proches en raison de son offre de bancassurance ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

Pas

sûr

DIVERS

19. 20/ Avez-vous déjà comparé les produits de la bancassurance du CPA avec ceux d'autres banques ou assureurs ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

20. 21/ Si oui, comment le CPA se positionne-t-elle par rapport à la concurrence ?

Une seule réponse possible.

Meilleure

Comparable

Inférieure

informations Générales :

21. Sexe : *

Une seule réponse possible.

Homme

Femme

22. Âge :

Une seule réponse possible.

Moins de 18 ans

18-24 ans

25-34 ans

35-44 ans

45-54 ans

55 ans et

plus

23. Niveau d'éducation :

Une seule réponse possible.

Sans diplôme

Baccalauréat

Licence/Bachelor

Master

Doctorat

24. Situation professionnelle :

Une seule réponse possible.

Étudiant

Employé

Cadre

Entrepreneur

Retraité

Autre :

25. Depuis combien de temps êtes-vous client chez CPA ?

Une seule réponse possible.

Moins d'un an

1-3 ans

4-6 ans

Plus de 6 ans

26. Quelle est votre fourchette de revenu annuel ?

Une seule réponse possible.

- Moins de 2 000 000 DA
- Entre 2 000 000 DA - 4 000 000 DA
- Entre 4 000 000 DA - 6 000 000 DA
- Plus de 6 000 000 DA

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google.

Google **Forms**