

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE



UNIVERSITE MOULOU MAMMERI DE TIZI-OUZOU



FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES

*Mémoire en vue de l'obtention du Diplôme de
Master en Sciences Economiques
Option : Monnaie Finance Banque (MFB)*

THEME :

*La bancassurance en Algérie cas : de la
CNEP- Banque de Tizi-Ouzou*

Présenté par :

Mlle FACI Lydia

Dirigé par :

Mme BOUCIF Lynda

Les membres de jurys :

- **Président : Mlle :** BENZEGANE Souhila Maitre assistante classe A.
- **Examineur : Mme :** LARBES Melha Maitre assistante classe A.
- **Encadreur : Mme :** BOUCIF Lynda Maitre assistante classe A.

Soutenu le :08/11/2015

Remerciements

Je remercie Dieu de m'avoir accordé des connaissances de la science et de m'avoir aidé à réaliser ce travail.

Je remercie également mon encadreur Madame BOUCIF Lynda pour ses conseils et pour m'avoir honoré en acceptant de diriger ce travail.

Je voudrai remercier l'ensemble des personnes de la CNEP-Banque de Tizi-Ouzou, spécialement Monsieur TOUAT Remdhan et Monsieur le directeur.

Je tiens à remercier tous les enseignants qui m'ont suivi durant ma formation.

Au terme de ce travail, je tiens à remercier chaleureusement et respectivement, tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à sa réalisation.

Dédicaces

A Dieu, pour la force qu'il me donne, et qu'il donne aux personnes qui m'ont aidé et soutenu.

A mes chers parents, pour leurs soutiens et leur bénédiction.

A mes sœurs Katia et Sonia.

A mon frère Amirouche .

A mes nièces Dania, Agnes et Lyçia.

A mon beau-frère Lounes qui ma beaucoup aidé.

A ma grand –mère.

A mes oncles et tantes.

A mes cousins et cousines.

A mes amies Dyhia, Nawel , Cylia, Sarah et Ourida.

A tous ceux que j'aime et tous ceux qui m'aiment.

Sommaire

Sommaire	pages
Introduction générale	02
CHAPITRE I : Présentation de la bancassurance	05
Section I : Définition et aperçu historique de la bancassurance	06
Section II : Les stratégies de la bancassurance	11
Section III : Les enjeux de la bancassurance.	14
CHAPITRE II : Etat et fonctionnement de la bancassurance en Algérie	23
Section I : Fonctionnement et caractéristiques de la bancassurance	24
Section II : Le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie	30
Section III : L'état du marché de la bancassurance en Algérie	32
CHAPITRE III : La pratique de la bancassurance à la CNEP-Banque	40
Section I : Présentation de la CNEP –Banque et de la CARDIF EL Djazair	41
Section II : Les produits d'assurance CARDIF commercialisés par la CNEP-Banque	54
Section III : La gestion des sinistres	65
Conclusion générale	72
Liste des abréviations	77
Liste des schémas et tableaux	79
Bibliographie	81

Table des matières	84
--------------------	----

Introduction Générale

Introduction générale

La distinction entre une banque et une société d'assurance relève du passé, l'assurance fait aujourd'hui partie intégrale du paysage financier.

Depuis les années 1970, les banques et les sociétés d'assurances se sont associées pour créer la bancassurance.

D'un point de vue purement historique, la bancassurance a été créée en septembre 1965 par les britanniques.

Ce phénomène est apparu en France dans les années 70 pour désigner le développement très rapide de contrats d'épargne prévoyance par l'intermédiaire de filiales d'assurance de groupes bancaires.

Elle a connu un grand essor durant la décennie 80 par une distribution des produits d'assurance vie, par les guichets bancaires réalisant ainsi, des chiffres d'affaires très importants.

A partir des années 90, ce concept s'est développé et a pris un essor considérable, par la distribution des produits Incendies, Accidents et risque divers (IARD) et en particulier en Espagne qui représente le leader de cette stratégie de distribution.

Ce n'est qu'à la fin des années 90 et au début des années 2000 que la bancassurance apparaît dans les pays en développement notamment en Tunisie en 2002.

En Algérie, la distribution des produits d'assurance par les guichets bancaires est autorisée par l'ordonnance du 20 Février 2006, et pour cela, plusieurs coopérations ont été réalisées.

Notre travail consiste à évaluer le potentiel du marché algérien en matière de bancassurance et de cerner cette nouvelle activité dans les banques algériennes.

De ce fait, notre recherche s'articule autour de la problématique suivante :

Comment s'applique la bancassurance en Algérie et quels sont les produits commercialisés ?

Aussi, nous prendrons le soin de répondre aux questions suivantes :

1-Qu'est ce que la bancassurance ?

2- Quels sont les produits commercialisés ?

3-Quels sont les facteurs de succès de la bancassurance ?

Pour accomplir ce travail, nous avons effectué d'une part, une recherche bibliographique et d'autre part, un cas pratique au niveau de la CNEP-Banque (direction régionale de Tizi-Ouzou).

La recherche bibliographique nous a permis de délimiter notre champ d'analyse qu'est la bancassurance, de présenter les stratégies de bancassurance adoptées par les partenaires qui sont la banque et la société d'assurance ainsi que ses enjeux.

Elle nous a permis aussi, d'analyser la spécificité des modalités de fonctionnement de la bancassurance et ses caractéristiques.

Partons du constat selon lequel la bancassurance occupe une place importante dans les économies développées, nous avons voulu connaître son poids en Algérie, en présentant les différentes conventions qui y sont conclues.

Par ailleurs, nous avons effectué une collecte d'informations auprès de la CNEP-Banque afin de définir les différents produits commercialisés dans le cadre de la bancassurance en relation avec CARDIF-EL DJAZAIR.

Pour mener à bien ce travail, nous avons organisé notre mémoire en trois chapitres.

Dans un premier chapitre, nous avons présenté l'objet même de ce travail qu'est la bancassurance :

- définition de la bancassurance;
- historique ;
- stratégie et enjeux de la bancassurance.

Introduction générale

Dans un deuxième chapitre, nous allons présenté les différentes modalités de fonctionnement de la bancassurance, le cadre réglementaire en Algérie et enfin l'état du marché de la bancassurance en Algérie.

Le dernier chapitre nous a permis de faire connaître les deux intervenants que sont la CNEP-Banque et CARDIF EL DJAZAIR ainsi que les différents produits créés de leur coopération.

Chapitre I :

Présentation de la
bancassurance

Introduction :

La bancassurance se définit comme la distribution de produits d'assurance aux guichets des banques et des établissements financiers.

Ce mode de distribution s'est développé en France et en Europe dans les années 80 à l'initiative des banques, d'abord dans l'assurance vie, où elles représentaient les deux tiers du chiffre d'affaires, et plus récemment dans l'assurance dommage.

Ces résultats sont le reflet de stratégies construites autour des facteurs clés de succès des banques par rapport aux autres acteurs du marché de l'assurance, institutions de prévoyance et mutuelles.

A travers ce chapitre, nous donnerons dans une première section, un aperçu historique de la bancassurance. Dans une deuxième section, nous présenterons le développement du modèle de la bancassurance et enfin dans une troisième section, nous évoquerons les enjeux de la bancassurance.

Section I : Définition et aperçu historique sur la bancassurance :

Cette première section vise, pour l'essentiel, à présenter l'objet même de ce travail, et qui est la bancassurance.

Ce nouveau concept est apparu dans les années 70 en France puis, en Espagne dans les années 80, et ce n'est qu'à la fin des années 90 et début des années 2000 qu'il apparaît dans plusieurs pays, notamment en Algérie suite à l'ordonnance de février 2006.

Dans un premier temps, nous tenterons d'expliquer ce que représente la bancassurance.

Dans un second temps, nous donnerons un aperçu historique sur son évolution.

I-1 Définition de la bancassurance :

Ce nouveau néologisme d'origine française, couvre une large gamme d'accords entre les banques et les compagnies d'assurance, qui, dans tous les cas, comprend la fourniture de produits bancaires et assurantiels à la même source ou à la même clientèle. En général, le terme bancassurance est utilisé pour désigner les efforts des banques pour pénétrer le marché de l'assurance.

La littérature en la matière donne diverses définitions pour décrire le phénomène.

C'est ainsi que Alain BORDERIE & Michel LAFITTE définit la bancassurance comme étant « Une activité de distribution de produit d'assurance aux guichets des banques » (Alain BORDERIE & Michel LAFITTE, 2004).

Le terme de bancassurance désigne généralement la distribution de services d'assurance par des banques. D'après le dictionnaire LAROUSSE, la bancassurance se définit comme la pratique des opérations d'assurance par les banques.

Dans l'étude *Sigma* n° 2/1992, la bancassurance est définie comme une stratégie des banques et des compagnies d'assurance visant à l'exploitation plus ou moins intégrée, du marché des prestations financières. Cette définition met en évidence l'interdépendance des différents services financiers ainsi que la distribution de ces produits. (*Sigma* n° 5/2007).

Pour des raisons de simplicité , nous proposons la définition ci après :la bancassurance dans sa forme la plus simple , est « la distribution des produits d'assurance à travers les canaux de distribution d'une banque .Elle décrit la fourniture d'un ensemble de services financiers qui couvrent les besoins des clients en produits bancaires et en produits d'assurances ».

.La bancassurance, telle qu'elle est comprise aujourd'hui, décrit en général, un bouquet de services financiers dont les fonctions étaient, autrefois, assumées par des branches différentes et clairement délimitées.

I-2 Aperçu historique de la bancassurance :

Les premiers pays à se lancer dans l'aventure ont été l'Espagne et la France.

Dans les années 1970, les banques françaises ont dû faire face à un marché mur et très concurrentiel en matière bancaire .Tirant parti de la législation existante en matière d'assurance, elles ont trouvéavec la bancassurance une nouvelle source de profit,qui,tout en diversifiant leur activité bancaire, optimisait leur catalogue de produits et fidélisait leurs clients.

Les consommateurs obtenaient des réponses simples, à un guichet unique, à l'ensemble de leurs besoins financiers : liquidité à court terme, constitution d'un patrimoine d'une retraite, acquisition immobilière et protection contre des événements imprévus de la vie.

Les Assurances du crédit Mutuel (ACM) vie et Incendie, Accidents et Risques Divers (IARD) obtiennent leur agrément marquant ainsi l'histoire de l'assurance.

L'idée leur est venue de se passer d'intermédiaire pour l'assurance des crédits emprunteurs, et de devenir eux mêmes assureurs de leurs propres clients de banque .Ils sont ainsi devenus, les précurseurs de ce que l'on nommera 15ans plus tard« la bancassurance ».(CHEVALIER Majorie, 2005).

De leur côté, les espagnoles se sont lancés dans l'ouverture au début des années 80, quand le groupe BANCO DE BILBAO (un groupe bancaire d'origine espagnol) acquiert une part majoritaire de EUROSEGUROS SA (dont la dénomination originelle est LA

VASCA ASEGURADORA SA, constituée en 1968). Mais, le contrôle n'est dans un premier temps que financier, puisque la législation espagnole interdit aux banques de vendre de l'assurance vie. Cette barrière réglementaire a disparu en 1991. En 2005, les cinq premiers bancassureurs espagnols détenaient un tiers du marché (Vida Caixa, BBVA, SHC Seguros, Aseval, Mapfre, Vida). (CHEVALIER Majorie, 2005).

Cependant, d'un point de vue purement historique, les véritables pionniers furent les Britanniques avec la création de Barclays Life en septembre 1965. Cette filiale n'a pas été un franc succès outre Manche, tout comme le concept de bancassurance d'ailleurs.

En revanche, ce concept de bancassurance a séduit plus d'une banque sur le continent et très rapidement les grands acteurs du marché se sont lancés dans la création de filiales ou de joint-ventures, introduisant ainsi, le modèle dans leurs pays respectifs :

- **France** : en 1971 le crédit Lyonnais acquiert le groupe Médical de France et signe en 1993, une convention qui réserve au groupe Union des Assurances Fédérales, l'exclusivité de la distribution de l'assurance vie par le réseau du Crédit Lyonnais ;
- **Espagne** : en 1981, le groupe Banco de Bilbao acquiert une part majoritaire de EUROSEGUROS SA, une compagnie d'assurance et de réassurance ;
- **Belgique** : en 1989, AG le premier assureur belge, et Générale de Banque créent la compagnie Alpha Life. Un an après, AMEV N.V, une importante compagnie d'assurance néerlandaise et VSB, une banque néerlandaise, réunissent leurs activités. (CHEVALIER Majorie, 2005).

Cette même année, le groupe AG se joint à eux réalisant ainsi, la première fusion transfrontalière, créant le groupe Fortis.

En Europe, l'Allemagne et l'Italie s'y intéresseront beaucoup plus tard, comme en Asie d'ailleurs, ou la bancassurance commence à attirer réellement les banques coréennes en place sur le marché, du fait de l'autorisation donnée en 2003 par le gouvernement.

En 2004, en Thaïlande, Fortisa signé un contrat avec Muang Thai Group pour des affaires vie et non vie et par la même, a pris une participation de 25% dans Muang Thai Life

Insurance.Fortis, qui cherchait à développer le modèle de bancassurance en Asie, avait déjà des partenariats en Malaisie et en Chine. Sur les marchés où la bancassurance était suffisamment développée, comme en France ou encore en Belgique, nous avons constaté que les entreprises sont passées à une autre étape de l'évolution :

- **l'implantation dans les pays où la bancassurance commence seulement à voir le jour** : l'exemple de Fortis ci-dessus est probant, autant que celui du Cardif qui est aujourd'hui présent dans 28 pays (dont 6 en Asie) ;
- **le regroupement de grandes sociétés** comme le Crédit Agricole et le Crédit Lyonnais en France qui placent le nouveau bancassureur, au premier rang avec plus de 13 milliards d'Euros de chiffre d'affaires.

Ces phénomènes ne feront que s'amplifier au cours du temps, les uns se servant du vécu des autres, pour implanter le concept de bancassurance dans leur pays.

Mais exporter le concept de bancassurance n'est pas chose aisée. S'implanter là où les marchés ont déjà atteint une certaine maturité et un niveau de concurrence élevé, exige un avantage concurrentiel de taille.

Outre cette difficulté, le candidat à l'exportation devra faire preuve d'une grande capacité d'adaptation aux réglementations locales et aux habitudes de la clientèle.

Sans compter bien sûr qu'il devra adapter l'ensemble de ses outils, de gestion par exemple, aux réalités locales : l'harmonisation informatique peut s'avérer complexe entre une société vivant quotidiennement à la pointe du CRM (Customer Relation Management) et une autre n'ayant en sa possession que les données de base (nom, prénom, date de naissance...). « Le système de commercialisation des produits d'assurance en Corée, par exemple, entraîne des taux de chute très importants, comparés aux pays européens » souligne Denis WALLERICH responsable marketing et développement à la direction Epargne Monde chez BNP Paribas assurance, la connaissance des particularités locales est un facteur indispensable dans le processus d'implantation dans le pays. (CHEVALIER Majorie, 2005).

Section II : Les stratégies de la bancassurance :

Il ya une diversification de moyens, pour entrer dans la bancassurance. Le choix dépendra de la stratégie qui sera adoptée par les deux partenaires. Celle-ci est généralement prise en fonction de l'environnement aussi bien interne, qu'externe des deux entités ainsi, que les objectifs envisagés qui peuvent basculer d'une simple distribution de produits des partenaires à la volonté de contrôler totalement la nouvelle activité.

Les formes de stratégies qui sont le plus utilisées sont au nombre de quatre :

- la signature d'un accord de distribution entre la banque et une société d'assurance ;
- la création par la banque de sa propre filiale d'assurance ;
- les stratégies de croissance externe ;
- la joint-venture.

II.1-La signature d'un accord de distribution entre la banque et une société d'assurance :

Selon cette stratégie, la banque joue le rôle d'intermédiaire pour la société d'assurance. Cela est régit par un contrat qui stipule que les compagnies d'assurances peuvent écouler leur produits par le billet des guichets bancaires.

Ce partenariat donne l'avantage aux compagnies d'assurance, de jouir des infrastructures de la banque pour écouler leur produits et bénéficier d'un réseau de distribution sans avoir besoin d'investissement lourd. Quant au bénéfice de la banque, il consiste dans le prélèvement des commissions sur l'ensemble des produits vendus. On peut donc dire que l'objectif est à la fois, de permettre aux compagnies d'assurance un accès à une clientèle plus rentable, plus solvable et aux banques de bénéficier d'une rentabilisation grâce à son réseau de distribution. (KEREN Vered, 1997).

Ce nouveau processus permet d'éviter la prise de risque, une rentabilité plus rapide, plus efficace et permet aussi aux bancassurances, de profiter de l'expérience de leurs partenaires, pour apprendre l'un comme l'autre ce métier neuf et acquérir un savoir-faire en la matière.

Cependant, ce type d'accord n'est pas sans faille et cache certaines faiblesses. Premièrement, les contrats sont régis par les compagnies d'assurance. Deuxièmement, les banques sont contraintes de distribuer que les produits existants dans la gamme des produits des compagnies d'assurances avec lesquelles elles ont régité le contrat. Enfin, il peut exister des conflits entre les dirigeants des deux entités.

Cet accord de distribution est considéré comme étant un premier pas vers la bancassurance en attendant d'adopter des stratégies plus développées et plus efficaces.

II.2 La création par la banque de sa propre filiale d'assurance :

C'est la forme de la bancassurance la plus engagée. A l'inverse de la première stratégie, celle-ci se met en place par la création d'une filiale d'assurance par la banque, exprimant ainsi, sa volonté de contrôler totalement et parfaitement cette nouvelle activité.

Cette stratégie permet à la banque d'avoir des rémunérations à la fois, en commissions et en dividendes et ne laisse aucune fuite vers d'autres entités, et lui permet aussi, de faire son propre choix en matières de produits à proposer à sa clientèle.

Cependant, cette stratégie présente certaines contraintes, car elle nécessite des investissements lourds, en capitaux propres et dans la formation du personnel afin de l'adapter à la maîtrise de cette nouvelle activité.

II.3 Les stratégies de croissance externe :

Ces stratégies sont adoptées par les banques et les compagnies d'assurance qui veulent pénétrer le marché à partir d'un seuil d'activité très élevé.

Ces stratégies consistent dans la prise de contrôle d'une firme déjà existante, cette dernière peut conserver son statut juridique vu que son absorption et son intégration ne sont pas nécessaires. Mais ces stratégies peuvent aussi prendre la forme d'une fusion-absorption décidée comme un accord entre les deux entités qui donnera alors naissance, à une nouvelle entité et à la construction d'une firme de bancassurance qui fera de la recherche d'une synergie opérationnelle, l'une de ses préoccupations majeures.

II.4 La joint-venture :

Cette stratégie consiste en la création d'une nouvelle société d'assurance dans laquelle une banque et une compagnie d'assurance se partagent les parts sociales. Ces stratégies peuvent s'avérer très efficaces pour dégager des synergies opérationnelles et éviter certains conflits quant à la culture et à la stratégie d'entreprise.

La meilleure stratégie de bancassurance dépend des forces et faiblesses de l'organisation existante et du choix du partenaire éventuel. La stratégie de création de filiale s'avère plus réussie que les autres, elle permet de consolider le développement de la bancassurance d'une manière plus efficace. (BAHMED Karima,2012).

SECTION III : Les enjeux de la bancassurance :

La bancassurance est une nouvelle approche qui apporte une utilité économique tant bien sur le plan macroéconomique que sur le plan microéconomique.

Le succès qu'elle a connue nous laisse dire qu'elle a, quelque part, servis le consommateur, le banquier et l'assureur et voir même l'Etat.

A cet effet, nous allons tenter de présenter dans cette section les apports et limites de la bancassurance pour les banques et compagnies d'assurances.

III.1 Les enjeux de la bancassurance aux banques :

Ce paragraphe a pour objectif d'analyser les différents apports de la bancassurance pour les banques qui ont adhéré à cette nouvelle tendance, ainsi qu'à la limite qu'elles peuvent rencontrer.

III.1.1 Les apports de la bancassurance pour les banques :

Les apports de la bancassurance aux banques peuvent être résumés dans les points suivants : la rentabilisation des ressources, la fidélisation de la clientèle, un moyen de diversification, l'appréhension complémentaire du temps, la sensibilité complémentaire du taux d'intérêt et le renforcement des fonds propres.

III.1.1.1 La rentabilisation des ressources :

Sous cet angle de rentabilisation des ressources, nous pouvons regrouper plusieurs points.

a-L'économie des couts et l'amortissement des charges fixes :

Les banques sont connues pour leurs réseaux d'agences très vaste et très dense. Ce dernier va leur servir en termes de frais généraux, car sur le bilan, la diversification des produits par le billet de vente de produits d'assurance en utilisant le même effectif de personnel, permettra de mieux amortir les charges fixes et pourra ainsi, améliorer sensiblement la productivité et la rentabilité globales de la banque.

En effet, puisque le réseau existe déjà, et que la banque n'individualise pas ses charges et que les frais généraux sont consolidés dans les charges de fonctionnement annuelles de la

banque, alors, les coûts d'intégration d'une activité supplémentaire lui permettra de réduire les coûts moyens en fonction inverse du volume d'activité et d'amortir des frais fixes très élevés.

b-Les commissions :

La banque reçoit de son partenaire assureur, à titre de rémunération pour son rôle de distributeur grâce à son réseau d'agence, des commissions qui peuvent être soit un pourcentage de la prime qu'il a touchée ou une part des résultats techniques réalisés ou une dose des deux.

Mais dans le cas où la compagnie d'assurance est une filiale de la banque, cette dernière recevra d'elle, une partie des bénéfices réalisés, comme dividende. Ce volume de capitaux très important contribue à l'amélioration du résultat de la banque.(DANIEL Jean-Pierre, 1995).

c-Les effets de taille et de gamme :

La bancassurance peut donner naissance à un groupe financier avec une taille considérable lui donnant ainsi, un pouvoir de négociation sur le marché. En effet, quand deux grandes entités décident de se rapprocher, cela peut arriver.

Ce phénomène qui fournit plusieurs prestations permettra à la banque de réaliser des économies de gammes. Car, le prix global de l'ensemble des prestations réalisées auprès d'un seul prestataire de service, devrait être inférieur à celui en provenance de plusieurs offreurs spécialisés qui ne proposent qu'une prestation déterminée. Ceci confère aux prestataires, un très grand avantage concurrentiel et un moyen d'améliorer leur marge bénéficiaire

d-La rentabilisation des ressources humaines :

La bancassurance permettra au personnel bancaire une diversification vers l'assurance afin de mieux l'occuper, d'augmenter sa productivité et de perfectionner sa maîtrise de ce nouveau domaine qui lui procurera une nouvelle possibilité d'évolution de carrière et voir même un moyen de sortir de la routine quotidienne.

A noter aussi, que la distribution de produits d'assurance n'est pas consommatrice de main d'œuvre.

III.1.1.2 La fidélisation de la clientèle :

L'activité assurance permet à la banque d'augmenter le nombre de produits acquis par le même client, ce qui lui permet de renforcer sa marge bénéficiaire et d'augmenter l'attachement de sa clientèle à son réseau de distribution, ce qui sous-entend que plus les contrats souscrits augmentent plus la fidélisation du client est forte.

La recherche de la fidélisation de la clientèle n'est pas fortuite .En effet, il est moins coûteux pour la banque de fidéliser ces clients que d'en chercher à acquérir d'autres, qui lui reviendrait plus cher. Plusieurs études menées, ont démontré que les coûts en dépenses marketing sont plus faibles pour la fidélisation que pour ceux d'acquisition de nouveaux clients. (DANIEL Jean-Pierre, 1995).

S'ajoute à une bonne approche avec la clientèle par le billet d'une bonne qualité de service qui devient de plus en plus important, la satisfaction de leur besoin et le renforcement d'une confiance entre banquier assureur et son client. Ce qui va permettre d'augmenter sensiblement l'attachement et la fidélisation des clients envers leur bancassurance.

III.1.1.3 Un moyen de diversification :

La banque voit dans la bancassurance un moyen de créer un nouveau flux de revenus et de diversifier son activité. La banque devient un fournisseur unique de services financiers, ou le client peut trouver réponse à tous ses besoins, qu'ils soient financiers ou d'assurance.(CHEVALIER Majorie, 2005).

III.1.1.4 Une appréhension complémentaire du temps :

Les périodes de souscription et de forte croissance, notamment dans la branche vie, pèsent lourd sur le bilan des assureurs qui sont appelés à verser des commissions très élevées. Les résultats commenceront à s'améliorer avec l'entrée des produits financiers des placements. Par contre, les périodes de charges et de produits sont opposées chez les banquiers avec un risque de défaillance de plus en plus grand à terme. (KEREN Vered, 1997).

III.1.1.5 Une sensibilité complémentaire au taux d'intérêt :

D'un côté, la période d'inflation est plutôt favorable aux banques notamment, dans le domaine de l'octroi du crédit. En effet, le poids relatif des annuités dues par les clients, devient moins lourd du fait des revalorisations des revenus, ce qui encourage le client à demander de plus en plus de prêts pour financer surtout des acquisitions immobilières et pour maintenir leur niveau de vie. Ainsi, les périodes de reprise d'inflation sont propices à l'activité bancaire, elles permettent un accroissement du chiffre d'affaires qui va venir faire partiellement face à l'alourdissement des charges des banques.

Mais d'un autre côté, les périodes de désinflation causent un fort ralentissement et une stagnation de l'activité de distribution de crédit, une partie de la clientèle sera tentée de rembourser par anticipation leur prêt ou demander de négocier les taux. (KEREN Vered, 1997).

III.1.1.6 Le renforcement des fonds propres :

La plupart des stratégies de bancassurance passent, si ce n'est pas par une création d'une filiale ou une acquisition d'une compagnie d'assurance existante, par des prises de participations croisées entre une banque et une société d'assurance. Ces investissements en capital produisent des effets de levier très importants qui confèrent aux deux entités une plus grande capacité d'élargir leurs activités. (BAHMED Karima, 2012).

III.1 .2 -Les limites de la bancassurance pour les banques :

Malgré ce qu'a été développé dans le point précédent en termes d'apports de la bancassurance aux banques, certains inconvénients et limites existent.

III.1.2.1 La cannibalisation des produits bancaires :

Certains produits d'assurance peuvent se développer au détriment des produits bancaires de base. En effet, il peut y avoir un transfert des fonds déposés chez la banque dans les diverses catégories de comptes vers la compagnie d'assurance partenaire pour l'acquisition surtout des produits d'assurance vie.

Ainsi, les contrats d'assurance vie peuvent être achetés en utilisant les fonds détenus dans un compte à vue auprès de la banque. Certes, l'épargne serait moins volatile puisque les

produits d'assurance vie sont généralement à long terme, mais elle ne figurera plus dans la comptabilité de la banque; ce qui provoquera, la diminution des capitaux gérés par cette dernière.(BAHMED Karima, 2012).

III.1.2.2 Les risques sur l'image de la banque :

Les banques jouissent d'une bonne image de marque auprès de la clientèle, acquise grâce à la relation de proximité entretenue par les chargés de clientèle qui fournissent quotidiennement divers services aux clients à leur charge, allant du simple retrait jusqu'aux crédits immobiliers les plus importants.

Les banques sont soucieuses, car en cas de problème avec un contrat d'assurance acheté, le client considère que ce dernier a été acheté auprès de sa banque, alors, il se retourne directement contre celle-ci pour exiger d'elle le règlement, et comme les règlements dans ce cas sont pris en charge par les compagnies d'assurance; la banque se trouve dans l'incapacité de rembourser à ses clients, par conséquent elle court le risque de les perdre.(BAHMED Karima, 2012).

III.1.2.3 La formation du personnel :

Pour vendre les produits d'assurance, il faut un niveau nécessaire de connaissance. Donc, la banque doit investir pour la formation de son personnel dans cette nouvelle branche. Cela lui permettra d'acquérir les compétences requises pour promouvoir la présentation et la vente des différents produits d'assurance. Tout cela n'est pas sans conséquence, car l'amortissement peut s'étaler sur plusieurs années, ce qui pourrait alourdir les charges qui pèsent sur la banque et affecter sa rentabilité.

En effet, les autorités de contrôle et de surveillance de l'activité assurantielle subordonnent l'autorisation de distribuer des produits d'assurance à l'obtention d'une carte professionnelle attestant du niveau de connaissances de son détenteur en matière d'assurance. Ainsi, le personnel est contraint de suivre un stage de formation approprié dont la durée varie d'un pays à l'autre, durant laquelle il est formellement interdit au stagiaire de présenter seul ou en son nom propre, des contrats d'assurance. Un contrôle de connaissance est prévu à la fin pour obtenir l'habilitation nécessaire.

III.2 les enjeux de la bancassurance pour les compagnies d'assurances :

La bancassurance entraîne plusieurs avantages pour les compagnies d'assurance sans qu'elle en soit démunie de certains inconvénients. Nous tenterons, ci –après, de dresser les apports de la bancassurance et ses limites pour les compagnies d'assurances.

II.2.1 Les apports de la bancassurance pour les compagnies d'assurance :

Les apports de la bancassurance aux compagnies d'assurances sont nombreux. On peut les résumer dans les points suivants :

- l'accès à une large clientèle ;
- une meilleure appréciation des risques ;
- le renforcement des fonds propres ;
- l'amélioration de la rentabilité.

III.2.1.1 L'accès à une large clientèle :

La bancassurance procure à la compagnie d'assurance, filiale ou partenaire de la banque, un accès direct à une clientèle plus large dont la fréquence des visites aux guichets bancaires, dépasse de loin celle des agences d'assurance, ce qui augmente les chances de souscription de nouveaux contrats d'assurance.

Les produits d'assurance proposés aux guichets de la banque bénéficient de l'image de marque de la banque, ce qui pourrait faciliter leur vente, car les clients ont tendance à penser que le produit d'assurance acquis, est aussi un produit de la banque dans la mesure où il a été acquis auprès de son guichetier, à qui il fait totalement confiance.

Le banquier qui connaît le mieux ses clients est plus apte à leur proposer les produits d'assurance qui leur conviennent le mieux au moment voulu. Dès lors, la compagnie d'assurance verra son chiffre d'affaire augmenté et sa rentabilité améliorée.

III.2.1.2 Une meilleure appréciation des risques :

Les bases de données clientèle des banques sont d'une très grande importance pour la compagnie d'assurance, car elles lui permettront une meilleure connaissance des clients et en l'occurrence, une meilleure appréciation du risque assuré.

La bonne connaissance de la situation tant financière que personnelle de la clientèle permet la prévention de certains risques. En effet, les entreprises en mauvaise situation financière sont généralement plus sujettes à certains sinistres, notamment aux incendies. Car les difficultés obligent ces entreprises à réduire, voir à sacrifier, les dépenses relatives à la prévention et à la maintenance, ce qui constitue une source d'aggravation des risques. Ces entreprises sont parfois tentées de frauder l'assureur, en lui faisant payer des indemnités sur des risques non assurés, notamment les incendies volontaires par lesquels l'entreprise tente de récupérer l'indemnité de l'assurance, faute de pouvoir dégager des résultats positifs.

III.2.1.3 Le renforcement des fonds propres :

L'investissement en capital de la banque dans la compagnie d'assurance filiale ou partenaire produit un effet de levier très important qui procure à la compagnie d'assurance une capacité de développement énorme de ses activités.

En dehors de l'effet de levier que procure la prise de participation croisée, la banque peut aider sensiblement la compagnie d'assurance durant les périodes de forte croissance par divers moyens et notamment par la souscription des titres subordonnés à durée indéterminée qui fonctionnent exactement comme des obligations .

III.2.1.4 L'amélioration de la rentabilité :

La compagnie d'assurance impliquée dans la bancassurance verra sa rentabilité s'améliorer, grâce à l'augmentation de son volume d'activité et la baisse des coûts de distribution, comme conséquence directe de l'utilisation du réseau de distribution bancaire.

La bonne sélection des risques, examinée en haut, contribue aussi à l'amélioration de la rentabilité.

III.2.2 Les limites de la bancassurance pour les compagnies d'assurance :

Malgré ce qui a été développé dans le point précédent en termes d'apports de la bancassurance aux compagnies d'assurances, certains inconvénients et limites subsistent.

III.2.2.1 Le traitement des sinistres et la sélection des risques :

La différence de cultures commerciales dans la banque et la société d'assurance déjà développée précédemment peut conduire, d'un côté à une mauvaise sélection des risques notamment en IARD. Par exemple, le meilleur des clients de la banque, étant en possession d'une puissante voiture de sport et étant un adepte de la vitesse présente un très mauvais risque en assurance automobiles et le banquier ne pourra pas refuser de l'assurer ; de plus, il va même chercher à lui offrir le meilleur des tarifs.

D'un autre côté, lors de la survenance des sinistres, le banquier a tendance à défendre son client et essaie toujours de faire payer l'assureur pour éviter des conflits avec son client. Et si le problème persiste, le banquier déclinera toute responsabilité à l'égard de la tournure qu'ont pris les choses et n'hésitera pas à mettre tout sur le dos de l'assureur.(BAHMED Karima, 2012).

III.2.2.2 Le secret bancaire :

Dans le cadre de la bancassurance, la communication des informations sur la clientèle des banques à la compagnie d'assurance, qu'elle soit filiale ou partenaire de la banque, n'est pas compatible avec les exigences du secret bancaire. En effet, la banque doit avoir l'accord et le consentement de son client pour pouvoir communiquer des informations le concernant à des tiers.

De même, les fichiers informatiques contenant des informations nominatives ne peuvent être cédés à des tiers, quelque soit leur nature, sans avoir eu, l'accord de l'organisme de contrôle compétent.

Le non respect de ces dispositions est susceptible de sanctions pénales.

Néanmoins, certaines législations, à l'instar de la législation française, autorise les banques à communiquer, des informations, d'ordre général sur la situation financière de leurs clients. Jusqu'à ce jour, aucune banque n'est mise en accusation pour non respect du secret professionnel lié aux opérations de bancassurance.

III.2.2.3 Le transfert du centre de décision :

Toutes les compagnies d'assurances qui travaillent avec le réseau de distribution bancaire dans le cadre de la bancassurance se plient aux exigences des banques. Ainsi, il ya une forte dominance du monde de distribution sur le fabricant. La compagnie d'assurance est tenue de fabriquer des produits selon les exigences et selon les critères arrêtés par son banquier distributeur. (BAHMED Karima, 2012).

Conclusion :

La bancassurance dans sa forme la plus simple est la distribution des produits d'assurance à travers, les canaux de distribution d'une banque.

La Bancassurance permet pour les banques, de mobiliser l'épargne et de fidéliser les clients en leurs présentant en plus des produits les plus adaptés à leurs besoins, le conseil et la bonne information.

Ce nouveau réseau de distribution est distingué donc, par l'avantage qu'il exploite les guichets bancaires pour la vente des produits d'assurance, ce qui facilite cette commercialisation, vu la bonne image dont bénéficient les banques, à côté du niveau de confiance qui existe entre les individus et leurs banquiers.

Chapitre II :

Etat et fonctionnement de la
bancassurance en Algérie

Introduction :

La notion de bancassurance, telle qu'elle est assimilée aujourd'hui décrit en général, un étendu de services financiers composés de plusieurs éléments qui vont permettre son développement.

Le développement de la bancassurance nécessite un certain effort d'innovation des assureurs et des banquiers en vue de concevoir de nouveaux produits attirants et bien étudiés, mais son succès et son développement repose aussi, sur des facteurs que les banques et les compagnies d'assurances doivent maîtriser pour optimiser leur part de marché dans le domaine de la bancassurance.

La réalisation de la bancassurance en Algérie reste un élément très difficile à réaliser et cela est dû à plusieurs raisons.

A travers ce second chapitre, nous présenterons dans un premier lieu, le fonctionnement et les caractéristiques de la bancassurance, puis dans un second lieu, nous définirons le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie et enfin, nous donnerons un aperçu de l'état du marché de la bancassurance en Algérie.

Section I Fonctionnement et caractéristiques de la bancassurance :

La bancassurance est née en Algérie suite à la loi 06-04 du 20 Février 2006 qui a permis aux banques de distribuer les produits d'assurance auprès de leurs guichets.

La bancassurance a connu un grand succès grâce aux différents facteurs favorisant son développement. On distingue des facteurs exogènes et des facteurs endogènes.

Cette section a pour objectif d'expliquer dans un premier temps, le fonctionnement de la bancassurance et dans un second temps, de définir les caractéristiques de la bancassurance.

I.1 Fonctionnement de la bancassurance :

L'objectif de ce paragraphe est d'expliquer le cadre juridique relatif à la bancassurance, ainsi que les procédures qui y sont adoptées.

I.1.1 Cadre juridique :

L'Algérie s'est ouverte à la bancassurance en vertu de la loi 06-04 du 20 février 2006, qui a autorisé la distribution des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés. Il faut savoir que la bancassurance est une forme d'intermédiation qui permet à l'assureur, de distribuer ses produits par l'intermédiaire des banques. (Journal officiel de la république, 1995).

Les produits d'assurance concernés sont limités à cette liste :

- les assurances de personnes : accident, maladie, assistance, vie-décès et capitalisation ;
- les assurances crédits ;
- les assurances des risques simples d'habitation ;
- les assurances agricoles.

A partir de l'année 2008, la concrétisation de plusieurs accords de bancassurance en vue le jour :

-la SAA a noué des partenariats avec deux banques publiques : la Banque du Développement Local (BDL) et la Banque de l'Agriculture et du Développement (BADR) ;

-le group bancaire BNP Paribas, via sa filiale Cardif, s'est associé avec la CNEP-Banque pour créer une filiale commune dans la bancassurance ;

-la CAAT a noué un partenariat avec la Banque Extérieure d'Algérie et la Banque Nationale d'Algérie ;

-et la CAAR s'est associé avec le Crédit Populaire d'Algérie.

I.1.2 Procédures de la bancassurance :

La bancassurance désigne les différents modes de rapprochement entre les établissements bancaires et les sociétés d'assurance, cette fusion de ces deux entités a pour objectif de dégager des synergies commerciales. La bancassurance exprime donc, la volonté de la banque à pénétrer dans certains domaines de l'assurance, soit en fondant elle-même une société d'assurance, soit en coopérant avec une société d'assurance, afin d'offrir plusieurs services dans des branches diverses.

En Algérie, la bancassurance a émergé grâce à la compagnie d'assurance Cardif El Djazair filiale de CARDIF SA et à la banque CNEP-Banque.

En effet, la compagnie d'assurance de Cardif EL Djazair s'est appuyée sur le réseau de la CNEP-Banque pour distribuer ses produits d'assurance-vie, et afin de commercialiser ces nouveaux services ,les agents de la CNEP-Banque ont été appelés à inviter leurs clients, à l'occasion de chaque octroi de crédit garanti par une assurance-vie, à contracter la dite assurance auprès de leurs guichets, et à faciliter les formalités de souscription .L'assurance vie dans la CNEP Banque se fait sur la base d'un simple questionnaire santé et sans visite médicale .

Depuis la signature de cet accord entre Cardif et la CNEP-Banque, des actions similaires de formation intensive ont été lancées, qui ont concerné plusieurs collaborateurs, entre les différentes compagnies d'assurance et agences bancaires. Les résultats de ces fusion n'ont

pas tardé à porter leur fruit .En effet, plusieurs produits d'assurance ont commencé à être commercialiser par les différents canaux bancaires, comme l'assurance des emprunts et l'assurance décès et invalidité.

I.2 Les caractéristiques de la bancassurance :

La bancassurance ne se développe pas de la même façon partout, car les clés qui caractérisent son succès sont nombreuses, hétérogènes et parfois très surprenantes.

Dans cette partie, nous proposons de présenter les principaux facteurs clés qui caractérisent le succès de la bancassurance que nous distinguons en deux parties principales : les facteurs exogènes et les facteurs endogènes.

I.2.1 Les facteurs exogènes :

Les facteurs exogènes sont les suivants : l'environnement, l'image des deux partenaires (banque et compagnie d'assurance) sur le marché, le comportement des consommateurs et le taux de pénétration de l'assurance.

I.2.1.1 L'environnement :

Le premier facteur qui caractérise ce succès est l'environnement du pays concerné: l'environnement légal et fiscal. La réglementation appliquée à la bancassurance et la position prise par les autorités en vue de son développement, sont bien évidemment essentielles et influencent terriblement les conditions de succès d'un modèle de bancassurance dans un pays. Cet environnement légal et fiscal joue un rôle primordial voir même, décisif. Alors, sa favorisation ne peut être que bénéfique à l'évolution de la bancassurance.

Ensuite, les avantages fiscaux qui peuvent inciter fortement les consommateurs à investir dans un produit d'assurance vie ou retraite plutôt qu'un autre, favorisant ainsi l'épargne individuelle.

Enfin, les facteurs culturels et comportementaux, ces facteurs sont liés à la bonne image des banques, les relations développées avec leurs clientèles et la proximité des réseaux

bancaires. On peut dire alors que soignée son image de marque et une bonne communication aide au succès de la bancassurance.

I.2.1.2 L'image des deux partenaires sur le marché :

La place que la banque et la compagnie d'assurance occupent dans la société et la façon dont elles sont perçues sur un marché, sont des facteurs essentiels, car une banque et une compagnie d'assurance qui bénéficient d'une bonne image, incitent ces clients à avoir une relation privilégiée et de confiance. Ce qui signifie que plus la notoriété de la banque et de la société d'assurance n'est puissante, plus le rapport de confiance s'installe avec sa clientèle. Alors, pour favoriser leur développement et leurs parts de marché, les banques et les compagnies d'assurance doivent travailler afin de soigner leurs images et avoir une forte crédibilité. (CHEVALIER Majorie, 2005).

I.2.1.3 Le comportement des consommateurs :

Ce facteur est extrêmement dépendant de la culture du pays et de l'habitude des consommateurs.

Les goûts et les préférences des consommateurs dictent sérieusement leur choix. Il y a certaines populations qui ont l'habitude et la préférence de se rendre chez leur banquier ou leur assureur, pour discuter face à face de leur besoins financiers et leur désirs en matière de produits. D'autres consommateurs préfèrent se donner le temps et les moyens de comparer les produits, par exemple sur Internet ; leur choix de consommation est ainsi, uniquement dicté par leurs recherches. A noter que l'usage des nouvelles technologies comme l'Internet est en fonction croisé avec le développement de la bancassurance. En effet, on constate que plus les consommateurs ont recours au moteur de recherche, moins la bancassurance arrive à se développer, à s'implanter et même le rapport de proximité avec le client diminue.

I.2.1.4 Le taux de pénétration de l'assurance :

Le taux de pénétration de l'assurance est une autre explication du succès fulgurant de la bancassurance dans certains pays. Il est donné par le rapport entre le volume de la prime

vie et le produit intérieur brut, et il indique l'importance de l'assurance vie au sein de l'économie d'un pays.

En effet, de grandes banques ou compagnies d'assurances internationales ont cherché à s'implanter dans des pays où le taux de pénétration de l'assurance était encore restreint, les banques et les compagnies d'assurance ont su créer des alliances ou des partenariats avec des compagnies d'assurance ayant une bonne connaissance des pratiques et besoins des consommateurs locaux ou avec des banques locales dont le réseau était déjà dense et très organisé. Par ces accords, la bancassurance a pu s'implanter souvent à un coût réduit et avec une grande efficacité et rapidité.(CHEVALIER Majorie, 2005).

Le meilleur exemple dans ce modèle est certainement l'Espagne et également certains pays d'Amérique latine où les banques et les compagnies d'assurances ont un taux de pénétration très élevé. Beaucoup de pays d'Asie prennent également cette voie de développement.

I.2.2 Les facteurs endogènes :

Les facteurs endogènes se rapportent au réseau de distribution et aux modèles retenus.

I.2.2.1 Le réseau de distribution :

Une stratégie d'implantation géographique structurée et dense du réseau bancaire ou d'assurance est un élément de premier ordre pour parvenir au succès. Car un important point de vente va faciliter les rencontres entre banquiers, assureurs et consommateurs, ce qui va permettre d'accroître les chances de vente.

Une forte proximité avec le client est un facteur fondamental à la mise en place d'une relation basée sur la confiance et la fidélité. En effet, l'environnement de l'implantation est un point nécessaire qui va déterminer le succès et le développement de la bancassurance. (CHEVALIER Majorie, 2005).

I.2.2.2 Les modèles retenus :

Le modèle retenu dans la création d'une bancassurance est un facteur déterminant du succès de celle-ci. Il n'existe pas, en réalité, de modèle à suivre pour trouver l'alliance stratégique et assurer sa diversification, car chaque compagnie d'assurance et chaque banque doit chercher la formule adaptée à sa situation, à ses besoins mais aussi, à son environnement culturel et réglementaire. (CHEVALIER Majorie, 2005).

Les modèles sont différents selon les régions et les pays. Par exemple, en Europe, les modèles d'activités sont généralement très intègres. Ces modèles intègrent totalement ou partiellement la mise en place des structures uniques (système informatique, réseau de ventes ...). Ce qui permet souvent d'atteindre une efficacité accrue et de restreindre au point optimal les coûts de distribution. Tandis qu'en Asie, on trouve principalement des accords simples de distribution qui offrent une plus grande souplesse et une liberté dans les prises de décision et les choix relatifs aux produits distribués.

Section II : Le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie :

La vente des produits d'assurance doit être conforme à la fois, aux exigences du droit bancaire et celui des assurances. Néanmoins, la lecture attentive de la loi bancaire de l'ordonnance 95-07 relative aux assurances, peut nous amener à mieux encadrer cette activité et en définir le contour et les possibilités de rapprochement entre banques et sociétés d'assurance en Algérie.

Dans cette section, nous essayerons de donner dans un premier lieu, un aperçu sur l'environnement algérien à l'ère des réformes économiques et dans un second lieu, un aperçu sur le cadre réglementaire régissant l'activité de la bancassurance.

II.1 L'environnement algérien à l'ère des réformes économiques :

Selon l'article 74 de l'ordonnance 03-11 du 26 août 2003, les banques peuvent prendre des participations dans des sociétés d'assurance existantes et même créer des filiales dans le respect des quotes-parts arrêtées par le conseil de la monnaie et du crédit (CMC). De même, les sociétés d'assurance, en leur qualité d'investisseur institutionnel, sont

autorisées à investir et prendre des participations dans des banques existantes déjà ou dans de nouvelles créations.

Ces dispositions facilitent énormément le rapprochement entre les deux industries et encouragent d'avantage le développement de la bancassurance dont la prospérité dépend largement des liens capitalistiques noués entre la banque et son partenaire la compagnie d'assurance.

La loi n° 06-04 du 20 Février 2006 s'est ainsi fixée parmi ses objectifs de promouvoir la diversification et le développement de formes nouvelles de distribution d'assurance par le recours aux banques et aux établissements financiers et assimilés afin de promouvoir et développer de nouveaux produits : des assurances de personnes et de capitalisation.(Journal officiel de la républiquealgérienne, 2006).

II.2 Le cadre réglementaire régissant l'activité de la bancassurance :

Le décret exécutif n° 07-153 du 22 Mai 2007, fixe les modalités et conditions de distribution des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distributions.

L'arrêté du 06 Août 2007 fixe les produits d'assurance pouvant être distribués par les banques, établissements financiers et assimilés ainsi que le niveau maximum de la commission de distribution.

Les produits d'assurance concernés sont relatifs aux branches :

- ✓ d'assurance de personnes accident,maladie,assistance, vie –décès, capitalisation ;
- ✓ d'assurance crédits ;
- ✓ d'assurance multirisque d'habitation ;
- ✓ d'assurance obligatoire des risques catastrophiques ;
- ✓ d'assurance des risques agricoles.

Section III L'état du marché de la bancassurance en Algérie :

Les accords de coopération dans le domaine de la bancassurance en Algérie ont tendance à se généraliser entre les banques et les établissements financiers d'un côté, et les compagnies d'assurance de l'autre côté, notamment avec la signature des conventions, depuis la promulgation en 2006 de la nouvelle loi sur les assurances.

Dans cette section, nous essayerons d'énumérer les différentes conventions signées puis dans un second lieu, nous présenterons les perspectives de la bancassurance en Algérie.

III.1 les conventions de la bancassurance conclues en Algérie :

Les conventions signées en Algérie, depuis la promulgation en 2006 sont au nombre de six :

- le partenariat entre la CNEP-banque et Cardif –El-Djazair ;
- le partenariat entre la SAA et la BDL ;
- le partenariat entre la BEA et la CAAT ;
- le partenariat entre la CAAR et le CPA ;
- le partenariat entre la SAA et la BADR ;
- le partenariat entre la BNA et la CAAT.

III.1.1 Le partenariat entre la CNEP-Banque et Cardif –EL-Djazair :

Le premier accord a été conclu, entre la caisse nationale d'épargne et de prévoyance (CNEP-Banque) et la compagnie d'assurance Cardif –El-Djazair (filiale de BNP Paribas assurance). Cette coopération avait été rendue possible, suite à la signature de la convention algéro-française dans le domaine des assurances qui permet l'entrée des compagnies d'assurance françaises sur le marché Algérien et la réalisation de partenariats avec des compagnies algériennes ainsi que le développement de diverses formes d'assurance. (BOUDEJA Nora, 2008).

Ce partenariat, proposé par le Cardif Algerie à la CNEP-Banque, porte sur l'ensemble des produits que cet assureur a conçus et va concevoir pour le marché algérien. La CNEP-Banque s'engagera également à élaborer des produits spécialement conçus pour sa clientèle, principalement dans le domaine des produits de prévoyance et des produits d'épargne, assurance vie.

La distribution portera d'abord sur l'assurance des emprunteurs de la CNEP-banque (vie et invalidité , incapacité de travail et chômage) avant d'être étendue aux produits de prévoyance et d'épargne dont l'assurance décès , l'assurance de protection des comptes , les produits d'assurance dommage liés aux crédits hypothécaires qui concernent l'assurance catastrophes naturelles et l'assurance multirisque habitation

II.1.2 Le partenariat entre la SAA et la BDL:

La banque de développement locale (BDL) et la société Nationale d'assurances (SAA) ont signé, le 19/04/2008 un l'accord de partenariat de bancassurance. L'accord porte sur la distribution des produits d'assurance de la SAA via le réseau de la BDL. Le partenariat couvre les assurances des personnes (prévoyance, retraite complémentaire, décès.....), les risques particuliers (multirisques habitation, l'assurance catastrophe naturelle), et enfin l'assurance agricole. Les produits d'assurance automobiles sont exclus de l'accord. La branche est jugée, pour l'instant, déficitaire. (RABHI Meziane, 2008).

La banque de développement locale s'engage ainsi , moyennant une commission , à vendre les produits d'assurances de la SAA , prévus par l'accord au niveau de son réseau composé de 250 agences. En fait, une partie de la prime, sur le produit, sera rétrocédée au profit de la BDL.(<http://www.djazairess.com/fr/liberte/93342>).

III.1.3 Le partenariat entre la BEA et la CAAT :

Le marché algérien de la bancassurance est en pleine effervescence. Les produits d'assurance de la compagnie algérienne des assurances (CAAT) seront désormais disponibles au niveau des guichets des agences de la banque extérieure d'Algérie (BEA), a indiqué le 15/06/2010 un communiqué commun de ces deux institutions. Cette opération

qui s'inscrit dans le cadre du partenariat bancassurance entre la BEA et la CAAT, débutera dans un premier temps, au niveau de l'agence BEA Hassiba –Ben Bouali à Alger, avant d'être généralisée à l'ensemble des agences BEA prévues par la convention de distribution CAAT-BEA.

Les clients pourront acquérir, en un seul endroit, outre les produits bancaires, les produits d'assurance de personnes, tels que l'assurance temporaire au décès, l'assurance individuelle accidents, l'assurance groupe, l'assurance voyage et assistance, les produits de capitalisation ainsi que l'assurance multirisque habitation et enfin l'assurance des effets des catastrophes naturelles.(<http://www.djazairiess.com/fr/latribune/82>).

III.1.4 Le partenariat entre la CAAR et le CPA :

La CAAR et le CPA ont procédé le 01/07/2009 à Alger, au siège de l'agence CPA à Hydra, au lancement de leur partenariat qui porte sur la distribution de quatre produits d'assurance : l'assurance multirisque habitation, l'assurance contre les catastrophes naturelles, l'assurance temporaire décès et l'assurance crédit. (<http://www.maghrebemergent.com/economie/algerie/46886-le-cpa-et-la-caar-entrent-en-partenariat-pour-le-paiement-electronique-des-primas-d-assurance.html>).

III.1.5 Le partenariat entre la SAA et la BADR :

La banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) a annoncé qu'une cinquantaine d'agences pilotes vont intégrer la bancassurance parmi leurs activités. Ce nouveau service portera sur la vente, à travers les principales agences de la BADR implantées notamment dans les chefs –lieux de wilaya, des produits d'assurance proposés par la SAA. (HADJAM Zhor, 2010).

Les produits concernés par cet accord touchent les produits d'assurances de risques agricoles ayant trait à l'incendie des récoltes, la grêle et les multirisques des serres, jeunes plantations ainsi que les différents types d'élevage, a précisé le communiqué. Les

assurances de personnes et de risque habitation sont également prévues dans l'offre de bancassurance proposée par la BADR. (<http://www.djazairess.com/fr/elwatan/158428>).

III.1.6 Le partenariat entre la BNA et la CAAT :

La banque nationale d'Algérie s'est engagée à distribuer les produits d'assurance de la compagnie algérienne des assurances et de transport (CAAT) au niveau de son agence. L'opération a été généralisée à 24 autres agences de cette banque à la fin de 2010.

Aux termes de cet accord «Bancassurance», la BNA s'engage à distribuer des produits d'assurances de la CAAT qui concernent les particuliers tels que l'assurance temporaire au décès, l'assurance individuelle accidents, l'assurance voyage et assistance, ainsi que l'assurance obligatoire des effets des catastrophes naturelles. (<http://www.djazairess.com/fr/horizons/14384>).

II.2 Les produits distribués :

Pour mettre en place une stratégie de bancassurance, des produits doivent être fondamentalement revus en prenant en considération la faible technicité du réseau : il est nécessaire de lui fournir des produits simples et proches du service bancaire.

En effet, un produit banalisé, sur quel la comparaison des tarifs paraît aisée à l'assuré, peut s'acheter dans n'importe quel réseau. En revanche, les produits complexes nécessitent une approche plus technique de la vente avec des difficultés de comparaison pour les consommateurs. Le but vers quel devra tendre le concepteur du produit, est de le banaliser pour en sécuriser la vente par le réseau.

Par ailleurs, cette vente sera autant sécurisée si les produits sont proches du service bancaire. Les guichetiers auront l'impression de vendre des produits qu'ils ont l'habitude de vendre.

Les produits d'assurance sont distribués pas les banques qui agissent en qualité de mandataires des sociétés d'assurance.

Ainsi en Algérie, les produits de la bancassurance prévus par la nouvelle législation regroupent les branches suivantes : vie décès et capitalisation. Il s'agit de :

- l'assurance crédit ;
- l'assurance des risques simples d'habitation :

-les multirisques d'habitation ;

-l'assurance obligatoire des risques catastrophiques.

- l'assurance de personnes : accidents, maladie, assistance ;
- l'assurance des risques agricoles.

III.3 Obstacles et perspectives de la bancassurance en Algérie :

La mise en œuvre de la bancassurance en Algérie reste un élément très difficile à réaliser et cela est dû à :

- des obstacles d'ordre culturel : la connaissance de la majorité des algériens dans le domaine de la finance est moyenne, ce qui rend plus difficile de convaincre les clients d'acquérir les produits d'assurances sur la vie qui reste un sujet difficile à aborder.
- l'absence de communication entre la banque et les clients : cela est dû aux faiblesses des techniques de marketing et le manque de formation du personnel.

Cette stratégie peut s'avérer considérable et cela en mettant en œuvre plusieurs éléments qui doivent être pris en considération :

- la démonopolisation des assurances maladies et accidents de travail qui demeurent toujours sous le monopole de l'Etat par le biais de la CASNOS , cela afin de pouvoir donner un lancement à l'assurance vie par la commercialisation des produits de cette dernière ;
- développer le réseau de distribution, le rendre plus efficace, car sa densité constitue une des richesses essentielles des banques ;
- encourager les opérations communes entre les banques et les compagnies d'assurance afin de renforcer d'avantage leurs relations ;
- réfléchir aux aspects techniques et réglementaires relatifs à l'introduction et au développement de la bancassurance. (S.MOUAS, 2009).

Après avoir présenté l'état du marché algérien de bancassurance, nous allons faire une comparaison du fonctionnement de la bancassurance en Algérie et en France, pays où la bancassurance est née.

La comparaison entre les deux pays en matière du fonctionnement de bancassurance se résume dans le tableau ci-après :

Tableau n°1 : « Comparaison du fonctionnement de la bancassurance entre l'Algérie et la France ».

France	Algérie
La France est le premier pays à avoir connu la bancassurance en 1971.	L'Algérie a connu la bancassurance en 2006 mais la concrétisation n'a eu lieu qu'en 2008.
<p>Le contrat de bancassurance entre les banques et compagnies d'assurances françaises se fait par création de filiale on cite en exemple BNP Paribas qui a créé sa propre filiale qui est CARFIF.</p> <p>Le contrat de bancassurance en France prend aussi la forme de joint-venture on cite en exemple BNP Paribas a créé une joint-venture avec Taiwan Coopérative Bank.</p>	Le contrat de bancassurance entre les banques et les compagnies d'assurance algérienne se fait par la distribution des produits d'assurances au niveau des guichets bancaires

Chapitre II : Etat et fonctionnement de la bancassurance en Algérie

Les intervenants français utilisent des techniques d'implantation géographique où le taux de pénétration d'assurance est faible, à titre d'exemple CARDIF s'est implantée en Algérie afin de commercialiser ses produits.	Les intervenants algériens n'utilisent pas ces techniques.
Ils investissent dans les campagnes publicitaires en utilisant d'importantes stratégies marketing.	Ils ya manque de communication entre les banques et le client est cela est dû à la défaillance de technique de marketing.
Les français ont la culture assurance.	Les algériens ont un manque de culture assurance.

Source : Etabli par nous-mêmes.

Conclusion :

Nous pouvons affirmer que la bancassurance est en état embryonnaire, son développement relève plusieurs handicaps.

Les pouvoirs publics doivent intervenir pour encourager l'essor de la bancassurance à l'égard de son utilité économique.

Au delà des obstacles existants, les banques et les compagnies d'assurance pourront coopérer d'avantage pour améliorer leur performance, tout en tenant compte de l'environnement actuel.

Chapitre III :

La pratique de la
bancassurance à la CNEP-
Banque

Introduction :

L'avènement de la bancassurance dans le monde des transactions bancaires et financières a suscité la curiosité de beaucoup de pays et les a poussé à adopter cette activité.

C'était le cas notamment pour l'Algérie. En effet, une série d'accords de coopération dans le domaine de la bancassurance entre les banques et les compagnies d'assurance a été conclue. Cette coopération a été rendue possible entre les deux secteurs grâce à la promulgation de la nouvelle loi 2006.

Ce chapitre se présente en trois sections. La première section a pour rôle de présenter la CNEP-Banque et CARDIF EL Djazair. La seconde section présente les produits d'assurance CARDIF commercialisés par la CNEP-Banque. La dernière section est consacrée à la gestion des sinistres.

Section I : Présentation de la CNEP –Banque et de CARDIF EL Djazair :

La CNEP-Banque est un établissement financier spécialisé auparavant dans l'épargne, avant d'élargir sa gamme de produits en 2008 en introduisant un partenariat avec le CARDIF El Djazair qui est une filiale de BNP Paribas.

Sur la base des documents mis à notre disposition et les informations collectées, nous présenterons ci après la CNEP-Banque et le CARDIF El Djazair .

I.1Présentation et historique de la CNEP-Banque :

Nous présenterons dans un premier temps la CNEP-Banque, ensuite, nous donnerons un aperçu sur son historique.

I.1.1 Présentation de la CNEP-Banque :

La caisse Nationale D'épargne et de Prévoyance Banque est spécialisée, depuis sa création en 1964, dans la collecte de l'épargne, des crédits immobiliers aux particuliers et le financement des promoteurs publics et privés. (CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

Outre ses 206 agences d'exploitation et 15 directions régionales réparties à travers le territoire national, la CNEP-Banque est présente également au niveau du réseau postal pour l'épargne des ménages.

La caisse Nationale D'épargne et de Prévoyance Banque a été créée le 10 août 1964 sur la base du réseau de la caisse de solidarité des départements et des communes d'Algérie(CSDCA) a pour mission la mobilisation de collecte de l'épargne (héritage de l'établissement bancaire datant de la période coloniale française).

La première agence de la CNEP a officiellement ouvert ses portes le 1 mars 1967 à Tlemcen.

Cependant, le livret d'épargne CNEP a été déjà commercialisé depuis une année à travers le réseau poste et télécommunication.

I.1.2 Historique de la CNEP-Banque :

Après avoir présenté la CNEP-Banque, nous donnerons un aperçu historique sur son évolution.

I.1.2.1 Spécialisation de la CNEP-Banque dans l'ouverture des comptes sur livrets (1964-1970):

Durant la période de 1964 à 1970, l'activité de la CNEP se limitait à la collecte de l'épargne sur livret, avec des prêts sociaux hypothécaires. Le réseau CNEP n'était constitué alors que de deux agences ouvertes aux publics en 1967 et de 575 points de collecte implantés dans le réseau poste et télécommunication. (www.cnepbanque.dz).

I.1.2.2 Financement de l'habitat (1971-1979) :

Au mois d'Avril 1971, une instruction a chargé la CNEP de financer les programmes de réalisation de logements en utilisant les fonds du Trésor public. Dès lors, l'épargne des ménages va connaître un essor prodigieux, à la fin de l'année 1975, au cours de laquelle furent vendus les premiers logements au profit des titulaires de livrets d'épargne.

En 1979, 46 agences CNEP et bureaux de collecte étaient opérationnels. (http://www.cnepbanque.dz/fr/index_fr.php?page=historique).

I.1.2.3 Elargissement de l'activité de crédit (décennie 80) :

De nouvelles tâches sont assignées à la CNEP. Il s'agit des crédits aux particuliers pour la construction de logements et de financement de l'habitat promotionnel au profit exclusif des épargnants.

Au 31 Décembre 1998, 11 590 logements ont été vendus dans le cadre de l'accession à la propriété. La CNEP entreprit une politique de diversification des crédits accordés, notamment en faveur des professions libérales, des travailleurs de la santé, des coopératives de service et des transporteurs.

Le réseau CNEP s'agrandit, passant ainsi à 120 agences (47 agences wilaya et 73 agences secondaires).

Il est utile de rappeler que de 1966 à 1988, l'économie nationale algérienne a été fondamentalement régulée par les lois de la planification économique centralisée de type soviétique. Toute la stratégie d'industrialisation du pays résulte des objectifs contenus dans les différents plans de développement tracés (triennal, quadriennaux et quinquennaux).

Le financement des investissements planifiés est un processus qui a été rendu possible, grâce aux recettes en milliards de dollars, moyens de paiement internationaux générés par la rente pétrolière.

A partir de 1990, l'économie nationale algérienne va se trouver confrontée à une grave crise d'endettement extérieur (estimée à 33 milliards de dollars US) en raison de la chute brutale du prix des hydrocarbures sur le marché mondial des biens énergétiques (8\$ US le baril).

Economie fortement dépendante de la rente pétrolière, l'Algérie va faire face à une grave crise multi dimensionnelle (politique, économique, sociale, culturelle Etc).

Sous l'impulsion des institutions monétaires et financières internationales de BRETTON WOODS, l'économie Algérienne sera soumise à l'application impérative d'un programme d'Ajustement structurel (P.A.S) de 1994 à 1998, avec pour objectif principal le rétablissement des équilibres macro-économiques et macro-financiers.

Une multitude de réformes économiques verront le jour et vont amener l'Algérie dans la mouvance des pays en transition vers l'économie de marché.

C'est dans ces circonstances historico économiques que l'économie algérienne va affronter de nouveaux défis dictés par de nouvelles contraintes à l'échelle internationale. C'est ainsi que naîtront successivement les accords d'association et de partenariat entre l'Algérie et les pays de l'union européenne, (le principe de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC).

L'Algérie en transition vers l'économie de marché se trouve dans l'obligation de soumettre ou souscrire son système productif national (les entreprises publiques, l'agriculture, le système financier et bancaire, l'industrie touristique, le tissu de PME- PMI ...etc.) à des normes de compétitivité internationales).

Durant la décennie 1998-2008, un nouveau paysage bancaire et financier s'est dessiné en Algérie (maintien des anciennes banques publiques, création de nouvelles banques privées locales et d'autres filiales de groupes financier internationaux).

I.1.2.4 CNEP-Banque grand collecteur d'épargne (1990):

Le 31 décembre 1990, la CNEP-Banque a atteint la première place en ce qui concerne la collecte d'épargne vu l'importance des montants des fonds.

Sur les 135 agences et les 2652 bureaux de poste, la CNEP-Banque a pu collecter un total de 82 milliards de DA (dont 34 milliards de DA sur le compte épargne devises) et pour de ce qui est des prêts accordés aux particuliers ils représentaient 12 milliards de DA pour un total de 80 000 prêts à la même date. (www.cnepbanque.dz).

I.1.2.5 Changement de statut de caisse d'épargne à une banque (avril 1997):

Le 6 Avril 1997, la CNEP change de statut en obtenant son agrément en tant que banque, désormais, elle porte le nom de CNEP-Banque. Elle peut également effectuer toutes les opérations bancaires à l'exclusion des opérations de commerce extérieur.

I.1.2.6 Repositionnement stratégique de la CNEP-Banque sur le financement de l'immobilier (mi-2005) :

L'assemblée générale extraordinaire a décidé, le 31 mai 2005, de donner la possibilité à la CNEP-Banque de s'impliquer davantage dans le financement des infrastructures et activités liées à la construction notamment pour la réalisation de biens immobiliers à usage professionnel, administratif et industriel ainsi que les infrastructures hôtelières, de santé, sportives, éducatives et culturelles. (www.cnepbanque.dz).

I.1.2.7 Nouvelle orientation de la CNEP-Banque (28 février 2007):

L'assemblée générale ordinaire du 28 février 2007 relative au repositionnement stratégique de la banque décide d'autoriser au titre des crédits aux particuliers :

- . les crédits hypothécaires prévus par les textes réglementaires en vigueur au sein de la banque.
- . les crédits à la consommation.

Il a été également décidé d'accorder les crédits à titres prioritaire et principal aux épargnants, et à titre accessoire, aux non épargnants.

Concernant le financement de la promotion immobilière, sont autorisés l'acquisition de terrains destinés à la construction de logements et la réalisation de programmes d'habitat.

Les programmes éligibles aux financements sont ceux destinés exclusivement aux épargnants.

Elle compte parmi ses partenaires 35 des 100 premières banques mondiales, de nombreuses institutions financières parmi lesquelles des sociétés de crédit à la consommation, des filiales de crédit de constructeurs automobiles et des sociétés de distribution.

Elle a des sociétés communes avec des acteurs majeurs comme :

- Shinhan Financial Group, 2^{ème} banque de Corée : 180 000 assurés ;
- Cassa di Risparmio di Firenze, Italie : 250 000 contrats d'assurance vie, 1 million d'assurés en prévoyance ;
- State Bank of India, la plus grande banque en Inde : 1 million de contrats individuels, 6,5 millions d'assurés, 13 000 agences ;
- Magazine Luiza, importante chaîne de distribution au Brésil, lancée en 2007 avec la vente de produits d'extension de garantie dans 360 magasins.

I.2 Présentation de CARDIF EL Djazair :

CARDIF EL Djazair est une filiale de « BNP Paribas Assurance ». C'est une compagnie de droit algérien qui a obtenu son agrément le 11 octobre 2006, elle a été créée avec un capital de 450 millions de dinars algérien.

C'est une société d'assurance spécialisée dans les assurances de personnes. Elle a reçu le visa du ministère de Finances Algérien en février 2007.

La particularité de CARDIF El Djazair est de ne pas avoir d'agences, elle avait commencé par distribuer ses produits à travers le réseau de Cetelem en Algérie (Cetelem Algérie). Un an après, le 25 mars 2008, CARDIF El Djazair et la Caisse Nationale d'Épargne et de prévoyance « CNEP-Banque » ont signé un accord de commercialisation des produits de CARDIF El Djazair à travers le réseau de la CNEP-Banque.

CARDIF El Djazair comporte sept (07) principaux départements :

- département commercial ;
- département de Marketing ;
- département des opérations et de l'Informatique ;
- département de comptabilité ;
- département de l'Actuariat ;
- département des ressources Humaines ;
- et département du Contrôle de gestion / Contrôle Interne.

CARDIF El Djazair a signé trois (03) accords de partenariats avec les organismes suivants :

- . Cetelem Algérie ;
- . BNP Paribas ;
- . CNEP –Banque. (<http://www.vitae-assurancecredit.com/CARDIF-entreprise.html>).

I.3 Le partenariat entre la CNEP-Banque et CARDIF EL Djazair :

Pour diversifier ces activités, la CNEP-Banque a opté pour un partenariat avec CARDIF El Djazair qui est un organisme spécialisé en assurance.

I.3.1 Présentation du partenariat :

La Caisse nationale d'épargne et de prévoyance « CNEP-Banque » a signé le 25 mars 2008 à son siège, un accord de partenariat de bancassurance avec CARDIF, filiale de la banque française BNP Paribas Assurance. C'est le premier accord de bancassurance en Algérie, pour cinq(05) ans renouvelables par tacite reconduction.

Cet accord prévoit un partenariat global de bancassurance portant sur l'ensemble des produits d'assurance vie et non vie.

Dans un premier temps, seront distribués dans le réseau de la CNEP –Banque les produits d'assurance des emprunteurs de CARDIF associés aux crédits immobiliers de la banque. A terme, les deux partenaires envisagent de créer une filiale commune.

A travers ce partenariat, la CNEP –Banque bénéficiera non seulement d'une commission sur les encaissements des primes d'assurances ainsi que d'une participation au profit technique réalisé par CARDIF El Djazair avec la banque, mais aussi, du savoir –faire de CARDIF, leader mondial de l'assurance des emprunteurs, et CARDIF EL Djazair vabénéficiaire du large réseau de distribution de la CNEP-Banque étoffé de 211 agences et un portefeuille de clients qui dépasse les 3 millions et plus de 5 000 collaborateurs.

Ce partenariat s'inscrit dans le cadre de la modernisation et de l'amélioration des services proposés à une clientèle algérienne qui devient de plus en plus exigeante et répond à une demande potentielle importante en matière de protection, de prévoyance d'épargne qui répondent à des besoins nouveaux. C'est un axe stratégique important dans le développement futur de la CNEP-Banque.

I.3.2 Organisation de la bancassurance au niveau de la CNEP-Banque :

Après la signature du partenariat, la CNEP-Banque a créé une « cellule Bancassurance » rattachée au président Directeur Général pour gérer et organiser les activités de la bancassurance.

Quatre acteurs interviennent dans l'organisation de la bancassurance au niveau de la CNEP-Banque, on trouve :

- l'agence ;
- le chargé de la bancassurance au niveau de chaque réseau ;
- l'agence chargée de la bancassurance « agence 129 : EL BIAR » ;
- et la cellule bancassurance.

I.3.2.1 L'Agence :

Des chargés de la clientèle au niveau de l'agence sont rattachés au directeur d'agence (relation hiérarchique). L'agence a des relations fonctionnelles avec son réseau chargé de la bancassurance et avec l'agence de la bancassurance d'El Biar.

Elle a pour missions de :

- vendre le produit d'assurance ;
- veiller au reversement des primes collectées à l'agence bancassurance El Biar selon la période arrêtée ;
- veiller au respect des procédures en matière de déclaration des sinistres et de formalisation des dossiers ;
- assurer le suivi des indemnisations ;
- et assurer les comptes rendus réglementaires (reportings réglementaires).

Chaque agence bancaire reçoit au moins deux fois par an des animateurs commerciaux de la compagnie d'assurance CARDIF El Djazair pour superviser les chargés de la clientèle.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

I.3.2.2 Le chargé de la bancassurance au niveau de chaque réseau :

Au niveau de chaque réseau. Il existe des chargés de la bancassurance qui sont rattachés au directeur du réseau. Ils ont une relation fonctionnelle avec la cellule bancassurance.

Les chargés de la bancassurance au niveau de chaque réseau ont pour mission :

- d'animer et de former les équipes commerciales des agences ;
- former les exploitants aux produits d'assurances, aux procédures de gestion et aux techniques de vente ;
- de veiller à la réalisation des objectifs commerciaux ;
- d'assurer les comptes rendus des ventes et sinistres ;
- et de participer aux actions marketing et commerciales engagées par la centrale.

I.3.2.3 L'agence chargée de la bancassurance « agence 129 :EL BIAR » :

Cette agence a pour mission de :

- gérer les comptes recettes et dépenses de CARDIF El Djazair domiciliés à l'agence d'El BIAR ;
- gérer le compte « commissions CARDIF » ;
- généraliser l'ensemble des primes collectées et procéder à leur reversement à CARDIF El Djazair selon la procédure arrêtée ;
- recevoir les commissions sur assurance réservées par le CARDIF.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

I.3.2.4 La cellule bancassurance :

Le 21 mai 2008, la CNEP-Banque a mis sur pied une cellule bancassurance rattachée à titre transitoire au président Directeur Général de la CNEP-Banque. Elle est instituée en direction, qui précise le rattachement définitif dès la mise en place de dispositions prévues par l'accord de partenariat avec CARDIF El Djazair.

Elle a pour mission d'assurer d'une part, la relation avec les partenaires en bancassurance et de veiller d'autre part, à la gestion de l'activité bancassurance au sein de la banque.

I.4 Réorganisation de la gestion de l'agence au sein de la CNEP-Banque :

Les personnes en charge de la mise en place de la nouvelle organisation, ont pour rôle :

- d'organiser l'agence de façon à prendre en charge au mieux les besoins de la clientèle, et ainsi améliorer les résultats commerciaux ;
- de définir et de délimiter les missions de chacun des intervenants en agence ;
- et d'introduire le contrôle de premier degré dans le traitement des opérations en agence, en scindant les processus.

Au point de vue de l'organisation, l'agence est séparée en deux parties appelées le front office qui sera la partie réservée à l'accueil de la clientèle et le back office qui sera réservé à l'usage exclusif des agents de la banque.

I.4.1 L'organisation au niveau des agences (le front-office) :

En front office, il faut s'assurer que les clients seront dans les conditions convenables à tout point de vue (confort et discrétion des opérations). Il regroupe l'ensemble des commerciaux de l'agence qui se partage en deux populations :

- le compartiment transactionnel ;
- et le compartiment commercial.

a- Le compartiment « transactionnel » : les clients peuvent venir en agence soit pour des opérations de caisse (retraits / versement) sur leurs comptes, soit pour des opérations plus complexes qui exigent du temps pour leur traitement.

b- Le compartiment commercial : son rôle est de confirmer rapidement que la banque dispose d'un produit donné et de recueillir les coordonnées d'un client de façon à pouvoir le rappeler et lui fixer un rendez-vous.

Dans le compartiment commercial, on trouve : les chargés de la clientèle et les chargés de l'accueil et de l'orientation.

Les chargés de la clientèle : ils sont au cœur de la force de vente de l'agence. Ils ont pour mission de :

- traiter toutes les demandes de la clientèle, et de répondre à leur question ;
- proposer les divers produits de la banque ;
- convaincre les clients en avançant des argumentaires de vente ;
- d'aider les clients à formuler leur demande et à la préciser et à constituer les dossiers ;
- s'assurer que les formulaires des clients sont bien remplis.

Leur rôle se limite toutefois pour une demande de crédit, à recevoir les dossiers de demande et vérifier la recevabilité.

- Les chargés de l'accueil et de l'orientation : ils ont pour mission :
 - la gestion des parcours des clients dans l'agence : information, orientation, mise en fil d'attente ;
 - et la distribution des bordereaux, et listes des pièces nécessaires.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

I.4.2 L'organisation au niveau de la direction (Back office) :

C'est la partie réservée aux agents de la banque pour le traitement des opérations. Il regroupe les compartiments qui prennent en charge des parties du processus qui ne nécessitent pas la présence des clients, mais des vérifications qui prennent du temps et qui nécessitent des validations. Il se compose de quatre compartiments :

- le secrétariat des engagements ;
- le service des moyens de paiement et flux financier ;
- le service litige et événement ;
- et le service support.

I.4.2.1 Le secrétariat des engagements :

Le service back office du crédit prend en charge le traitement des dossiers de crédit après les avoir reçus des chargés de clientèle.

Son travail consiste à vérifier immédiatement la recevabilité des dossiers, et à contrôler les pièces constitutives. Ensuite, il contacte les chargés de clientèle pour recueillir leur avis sur le dossier présenté et leur faire les éventuelles remarques sur les qualités des pièces reçues et surtout, pour fixer ensemble, une date probable de réponses aux clients.

I.4.2.2 Service des moyens de paiement et flux financier (M.D.P) :

Ce service gère tous les mouvements de fonds entre l'agence et l'ensemble de ses partenaires à l'exception des opérations sur monnaie fiduciaire (billets et pièces) gérée par le compartiment transactionnel exclusivement.

Il gère toutes les opérations sur cheques livrés, entre agences, avec les CCP, le trésor, les autres banques et la direction financière.

I.4.2.3 Service des litiges et événements :

Ce service recouvre les tâches qui relèvent habituellement du « recouvrement » et de la cellule juridique de l'agence. Il a pour rôle le traitement des successions du point de vue de la détermination des héritiers et de leur quote parts respectives.

Il se charge aussi, des réclamations des clients (erreur d'imputation, erreur sur le montant).

I.4.2.4 Service supports :

Il se divise en deux parties :

-un sous compartiment : dont les missions principales consistent en la vérification de la conformité comptable, et l'exécution du budget de l'agence ainsi que du paiement des impôts, taxes et redevances de l'agence.

-un sous compartiment administration de l'agence :qui regroupe le secrétariat de l'agence, les relations avec la direction régionale (courrier, fourniture) ainsi que l'administration des moyens de l'agence, l'hygiène et la sécurité.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

Section II Les produits d'assurance CARDIF commercialisés par la CNEP-Banque :

En novembre 2008, un programme de formation de collaborateurs était engagés au niveau de trois agences pilote (dont deux à Alger) et ce pour le lancement du produit assurance ainsi, que pour tester l'opérationnalité des procédures de gestion ce qui permettra l'élargissement au reste des agences.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

Actuellement, les trois produits commercialisés au niveau de la CNEP-Banque sont :

- l'assurance de l'emprunteur ;
- la CNEP totaleprévoyance ;
- SAHTI.

II.1 L'assurance des emprunteurs (ADE) :

Nous définirons dans un premier temps, ce produit puis ses avantages.

II.1.1 Définition de l'assurance des emprunteurs :

L'assurance des emprunteurs « A.D.E » est un produit de CARDIF qui accorde une garantie de paiement à la CNEP-Banque du montant du capital restant de l'emprunt, conformément au contrat d'assurance signé entre l'assureur et l'assuré à la date des deux événements suivants :

- à la date de la survenance du décès de l'emprunteur assurés ;
- et à la date de constatations de l'Invalidité Absolue et Définitive de l'emprunteur assuré

« IAD ».

II.1.2 Les avantages du produit ADE :

Quant aux avantages du produit ADE, nous distinguons les avantages perçus par la CNEP-Banque, ceux perçus par l'assuré et ceux perçus par le CARDIF El Djazair.

II.1.2.1 Les Avantages majeurs pour la CNEP-Banque :

Les avantages principaux tirés par la CNEP-banque dans le cas de l'ADE se résument dans les points suivants :

- la banque assure le remboursement du crédit accordé , en recevant le capital restant dû , en cas de sinistre ;
- la distribution de ce produit lui permettra d'engendrer des revenus supplémentaires ;
- diversification des produits proposés à la clientèle ;
- tout cela apportera à la CNEP-banque une compétition sur le marché .

II.1.2.2 Les Avantages pour l'assuré :

Moyennant le paiement d'une prime mensuelle, la famille de l'assuré dispose du bien immobilier financé en cas d'un coup dur (décès ou invalidité absolue et définitive de l'emprunteur). En cas de sinistre il y'aura extinction de la dette en faveur de l'assuré.

II.1.2.3 Avantages pour CARDIF El Djazair :

Les avantages principaux tirés par le CARDIF El Djazair dans le cas de l'ADE se résument dans les points suivants :

- vendre ses produits d'assurance en partenariat avec la CNEP-Banque ;
- partage des résultats.

II.2 CNEP Totale prévoyance :

Le 01 juillet 2009, la CNEP-Banque lance sur le marché un second produit de prévoyance : CNEP Totale prévoyance élaboré avec son partenaire CARDIF El Djazair.

Ce produit a été conçu pour garantir le versement d'un capital aux bénéficiaires en cas de décès ou d'invalidité absolue et définitive I.A.D du souscripteur.

Le produit CNEP Totale prévoyance a tout d'abord été lancé sur cinq (05) agences pilotes (dont 3 à Alger) avant d'être lancé dans toutes les agences de la banque sur tout le territoire national.

Il existe deux formules de protection :

-Formule 1 : il s'agit de l'assurance décès ou invalidité absolue et définitive IAD avec doublement du capital en cas d'accident.

C'est une assurance couvrant les risques des décès et d'invalidité absolue et définitive quel que soit la cause, le capital garanti sera doublé en cas de décès ou IAD accidentels.

-Formule 2 : il s'agit de l'assurance décès, invalidité absolue et définitive IAD accidentels.

C'est une assurance couvrant les risques de décès et IAD, survenus à la suite d'un accident.

II.2.1 Les Clients pouvant adhérer à ce produit :

Toute personne physique résidente en Algérie, âgée de 19 ans à 60 ans, titulaire d'un livret d'Épargne Logement LEL ou particulier LEP, ou d'un compte chèque auprès de la CNEP-banque, peut adhérer à ce produit.

II.2.2 Processus de gestion du produit :

Dans un premier temps, nous présenterons les modalités d'adhésion au produit total prévoyance, ensuite, nous définirons le processus de sa gestion.

II.2.2.1 Modalités d'adhésion au produit totale prévoyance :

La CNEP totale prévoyance est une assurance adossée aux produits d'épargne.

Ce produit est proposé par les chargés de la clientèle aux clients sélectionnés par ces derniers.

Une notice d'information du produit total prévoyance est remis au client afin qu'il prenne connaissance des conditions d'adhésion.

Si le client déclare être en bonne santé, cela lui permettra une adhésion d'office.

Dans le cas contraire, il remplira un questionnaire médical de santé dont le dernier mot revient à CARDIF.

Le souscripteur peut choisir :

- les bénéficiaires (10au maximum) ;
- les quotes-parts des bénéficiaires du capital assuré, en cas de décès(le souscripteur a la possibilité de ne pas désigner de bénéficiaires, en cas de décès, la FRIDHA déterminera les bénéficiaires et les proportions de partage du capital).

L'adhésion devient effective dès la signature du formulaire lorsque le client signe la déclaration de bonne santé, ou dès réception de la décision favorable de CARDIF El Djazair lorsqu'un questionnaire médical de santé a été renseigné pour la formule1 ; sinon l'adhésion est automatiquement effective dès signature du formulaire pour la formule 2.

L'adhésion est conclue pour une durée d'une année renouvelable par tacite reconduction pour la même période.

II.2.2.2 Processus de gestion des primes :

A la date de souscription, le client doit avoir un compte chèque pour permettre les prélèvements mensuels des primes ;

La CNEP-Banque verse les primes mensuelles échues facturées par CARDIF El Djazair .Cette dernière verse à son tour les commissions soit, 15 du montant des primes du mois et 5 du montant des primes du mois comme frais de formation et de marketing.

Les tarifs appliqués dans l'assurance CNEP totale prévoyance peuvent être résumés dans le tableau suivant :

Tableau n°1 : « Tarifs appliqués dans l'assurance totale prévoyance »

CNEP Prévoyance	Toutes causes		Accidentelle
	Adhérent	Conjoint	Adhérent
Capital assuré	500 000	500 000	500 000
Taux de prime	0.053	0.045	0.026
Montant de la prime	265 DA	225 DA	130 DA

Source : CNEP-banque.

Dans le cadre de ce produit, l'adhérent a le choix de souscrire soit à la formule toutes causes où la formule accidentelle à hauteur de 500 000 DA. Si ce dernier décide d'opter pour la première formule (toutes causes), il paiera alors 265 DA comme prime mensuelle et s'il décide de faire adhérer son conjoint, ce dernier aura une réduction de 15%, c'est-à-dire que le conjoint ne paiera que 225 DA au lieu de 265 DA par mois. Par contre, s'il opte pour la seconde formule (accidentelle), dans ce cas là, il paiera 130 DA par mois.

II.2.3 Cessation de garantie :

La garantie prend fin en cas de :

- décès ou invalidité absolue et définitive (réalisation du sinistre) ;
- résiliation à l'initiative de l'adhérent ;
- Au 70^{ème} anniversaire de l'assuré pour la garantie décès ;
- Au 60^{ème} anniversaire de l'assuré pour la garantie IAD ;
- non-paiement des primes d'assurance dans les 45 jours qui suivent l'échéance de la prime ;
- non renouvellement de l'adhésion par l'assureur dans les 30 jours précédant l'échéance annuelle de l'adhésion.

II.2.4 Les avantages du produit CNEP Total Prévoyance :

Quant aux avantages du produit CNEP-totale prévoyance, nous distinguons les avantages perçus par la CNEP-Banque et ceux perçus par l'assuré.

a- Les avantages majeurs pour la CNEP-Banque :

On peut résumer les avantages tirés par la CNEP-Banque dans les points suivants :

- l'élargissement de la gamme des services proposés à la clientèle ;
- la rentabilité de la banque ;
- la fidélité de la clientèle. (CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

b- Les avantages pour l'assuré :

Pour l'assuré, le produit CNEP totale prévoyance est :

- un moyen de prévoyance et une couverture immédiate ;

-une solution pour mieux faire face aux aléas de la vie (se protéger et protéger les membres de la famille) ;

- une couverture qui permet d'envisager l'avenir sereinement ;

-une exonération des droits de succession pour l'assuré ou ses bénéficiaires.

Depuis le lancement de ce produit en juillet 2009, la CNEP-Banque a enregistré jusqu'à fin 2014, 76763 assurés. (CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

II.3 SAHTI :

Le 27 janvier 2013, la CNEP-Banque lance sur le marché un troisième produit qui sera commercialisé sous le nom de **SAHTI**.

Ce produit est destiné à couvrir les adhérents contre les risques suivants :

-maladies graves (cancer) ;

-hospitalisation (suite à un accident ou une maladie), Hospitalisation chirurgicale (suite à un accident ou une maladie) ;

Les trois premiers jours d'hospitalisation ne sont pas pris en charge par l'assureur. Au maximum deux hospitalisations couvertes par année d'adhésion pour chaque assuré dans la limite de quinze jours d'indemnités par événement.

Le produit de bancassurance **SAHTI** a tout d'abord été lancé sur sept agences pilotes avant sa généralisation à travers l'ensemble des sièges d'exploitation de la banque sur tout le territoire national à partir du 1^{er} mars 2013.

II.3.1 Les formules d'assurance :

Le produit d'assurance **SAHTI** sera proposé à la clientèle sous deux formules :

-**FORMULE 1** : il s'agit d'une formule individuelle. L'adhérent est assuré seul dans le cas où il est âgé de moins de 65 ans au jour de l'entrée en assurance.

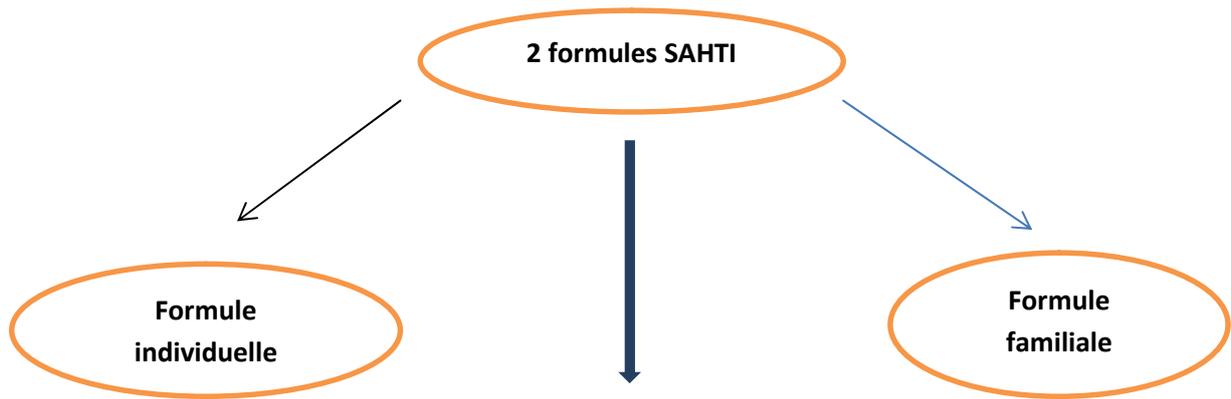
-**FORMULE 2** : C'est une formule familiale. L'adhérent et son conjoint sont assurés dans le cas où ils sont tous les deux âgés de moins de 65 ans au jour de l'entrée en assurance ainsi que les enfants mineurs de l'adhérent (âgés de moins de 19 ans).

Pour les formules 1 et 2, c'est une assurance couvrant les risques de maladie aggravée et d'hospitalisation (suite à un accident ou une maladie), hospitalisation chirurgicale.

Le schéma suivant montre les deux formules SAHTI.

Les deux formules d'assurance sont schématisées comme suit :

Schéma n° 1 : « Matérialisation des deux formules d'assurance ».



Source : CNEP-Banque

Les tarifs appliqués dans l'assurance SAHTI peuvent être résumés dans le tableau suivant :

Tableau n°2 : « Tarifs appliqué dans l'assurance SAHTI »

Age	Formule individuelle	Formule familiale
19ans-50ans	245 DA	875 DA
51ans-65ans	750 DA	1375 DA

Source : CNEP-Banque

Pour le produit SAHTI, le client a le droit de choisir l'une des formules suivantes : formule individuelle ou formule familiale.

Si le client décide de souscrire à la formule individuelle, la prime mensuelle versée est différente selon l'âge :

-s'il est âgé entre 19ans et 50ans, il paiera 245 DA ;

-s'il est âgé entre 51ans et 65ans, le client paiera 750 DA.

Si le client décide de souscrire à la formule familiale, la prime mensuelle versée est différente selon l'âge aussi :

-s'il est âgé entre 19ans et 50ans, il paiera 875 DA ;

-s'il est âgé entre 51ans et 65ans, le client paiera 1375 DA.

En cas de maladies graves, l'assureur procédera à un versement d'un capital unique de 500 000 DA, pour la formule individuelle et 300 000 DA pour la formule familiale.

Dans le cas d'une hospitalisation, l'assureur versera des indemnités journalières de 3000 DA/jour pour les maladies et les accidents, et 5000 DA/jour pour les interventions chirurgicales

II.3.2 Prise d'effet des garanties :

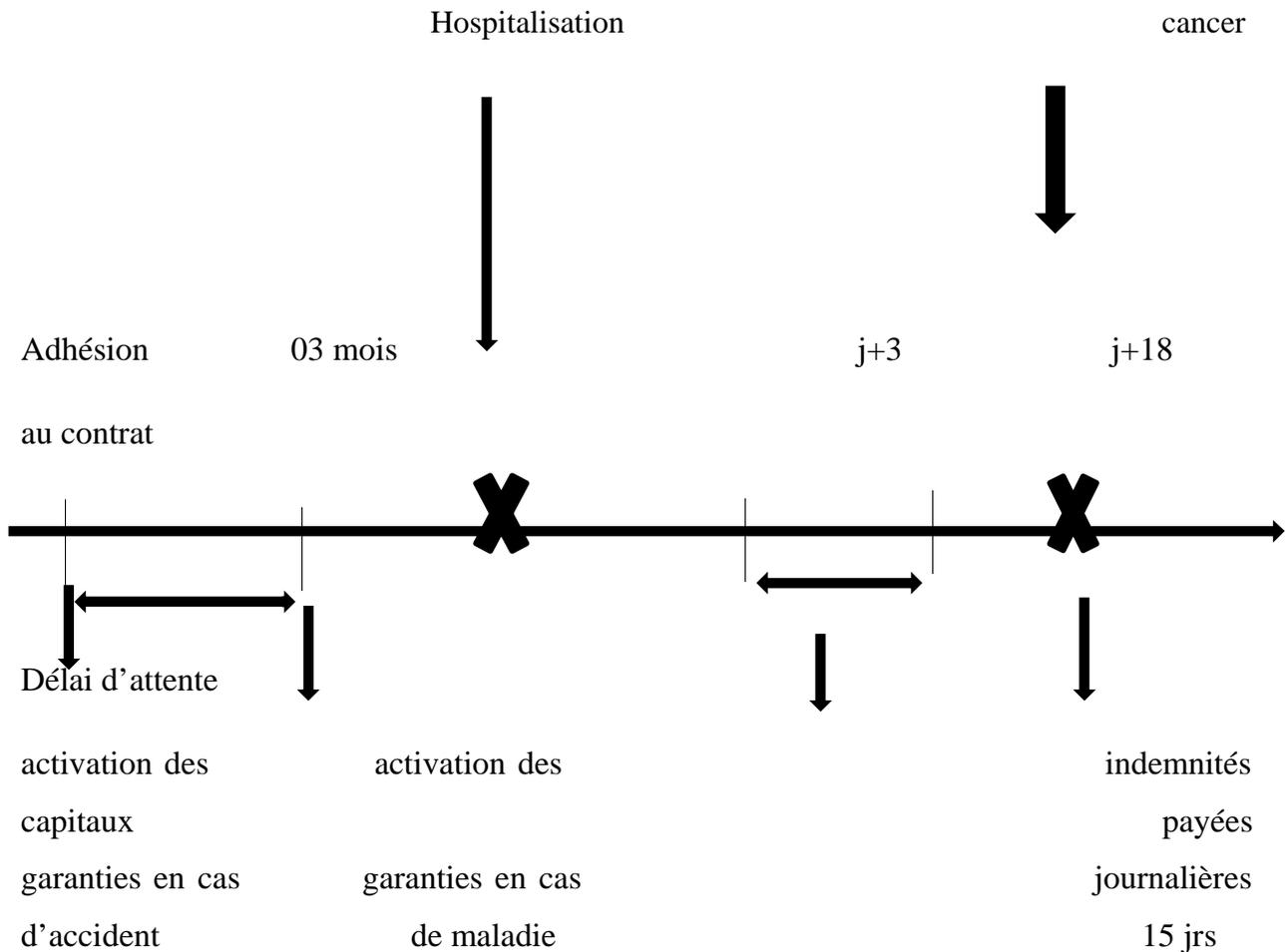
L'admission est effective dès la signature d'un bulletin d'hospitalisation sous réserve de paiement de la prime d'assurance.

Les garanties sont effectives pour les affections et maladies dont la première constatation médicale intervient trois mois à compter de la date d'adhésion sauf pour les hospitalisations suite à un accident, la prise en charge est immédiate.

Le schéma suivant explique la procédure de paiement d'indemnités dans les cas d'une hospitalisation d'un assuré cancéreux.

Dans le cas du diagnostic d'un cancer, l'assureur assure le paiement d'une indemnité journalière que nous allons expliquer dans le schéma suivant :

Schéma n° :2 « Prise d'effet de garantie »



Source : CNEP-banque.

Le client a le droit à deux indemnisations par année en cas d'hospitalisation.

Si l'hospitalisation est due à un accident, la prise en charge sera immédiate, et si celle-ci est due à une maladie, l'assureur la prendra en charge à raison de 3 mois après l'adhésion. Dans ce cas là, l'assureur ne versera pas l'indemnisation des trois premiers jours

d'hospitalisation. En d'autres termes, la prise en charge ne sera effective qu'après le 3^{ème} jour d'hospitalisation jusqu'au 18^{ème} jour, soit 15 jours en totalité.

Si l'adhérent fait une intervention chirurgicale, l'assureur versera 5000 DA par jours.

Si l'adhérent fait une hospitalisation, l'assureur versera 3000 DA par jours.

II.3.3 Cessation des garanties :

La garantie SAHTI prend fin en cas de :

- non-paiement des primes d'assurance dans les 45 jours qui suivent l'échéance de la prime ;
- à l'échéance de prime suivant la clôture de compte chèque de l'adhérent ;
- à l'échéance de prime suivant le décès de l'adhérent ;
- suite à une résiliation à l'initiative de l'adhérent ;
- au 65^{ème} anniversaire de l'assuré ;
- pour les enfants de l'adhérent ; au 19^{ème} anniversaire ;
- mise en jeu de la garantie maladie aggravée pour l'assuré.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

II.3.4 SAHTI en bref :

- d'une adhésion sans examen médical ;
- d'accompagner le client quel que soit son choix de traitement ;
- du versement d'un capital dès le diagnostic d'un cancer ;
- à un tarif avantageux jusqu'à 50 ans ;
- d'une couverture immédiate en cas d'accident, des 90 jours en cas de maladie.

II.3.5 Les exclusions réglementaires de ces produits :

Pour les produits cités précédemment, il y aura un non-paiement de prestation si l'évènement assuré est le résultat de :

- ✓ conditions médicales préexistantes ;
- ✓ suicide, blessure volontaire ;
- ✓ guerres civiles ou étrangères, les mouvements populaires, les attentats, les actes de terrorisme ou sabotage ;
- ✓ actes criminels dont l'assuré est à l'origine ;
- ✓ les actes chirurgicaux illégaux ;
- ✓ la pratique des sports à titre professionnel, la pratique des sports aériens, de la plongée sous – marine, des sports motorisés, ou la pratique de tout sport nécessitant la participation d'un animal.

Section III La gestion des sinistres :

Dans le cas de la réalisation d'un sinistre pour lequel l'assuré est couvert, l'assureur gèrera le dossier y afférent en deux étapes:

- gestion des sinistres ;
- gestion des comptes.

III.1 Le processus de gestion des sinistres :

Le processus de gestion des sinistres est le suivant :

Le délai de déclaration du sinistre est de six mois à partir de la date de sa réalisation. La déclaration se fait par toute personne ayant un intérêt à le faire.

L'agence remettra au déclarant un formulaire de déclaration de sinistre qui devra être dument renseigné). Ce formulaire est complété par l'agence et transmis immédiatement à la cellule Bancassurance qui en informera CARDIF El Djazair.

S'il y a décès ou IAD, CARDIF El Djazair s'engage à payer le capital restant dû à la CNEP-Banque directement dans un délai n'excédant pas 72 heures.

Pour le produit CTP, CARDIF El Djazair s'engage à traiter le dossier et à rendre la réponse dans un même délai. Elle notifie à la cellule bancassurance la prise en charge ou le refus d'indemnisation. Tout refus doit être dument motivé, dans le cas d'un sinistre pris en charge, CARDIF ordonnera à l'agence bancassurance EL Biar, le transfert du montant de l'indemnité à l'agence concernée.

Le délai de formalisation du dossier du sinistre par l'ayant droit ou par toute personne ayant intérêt est de 09 mois après la déclaration du sinistre pour le produit (ADE), par contre pour la CNEP Totale Prévoyance, il est de 06 mois.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

En cas de sinistre, l'assuré doit fournir un dossier administratif.

III.1.1 L'Assurance des Emprunteurs (ADE) :

En cas de sinistre, le dossier à fournir doit comprendre les pièces suivantes :

III.1.1.1 En cas de décès :

Dans le cas de décès, le ou les bénéficiaires devront présenter les documents suivants :

- la demande d'adhésion ;
- la convention de crédit ;
- le certificat de constat de décès (remplir par le médecin ayant constaté le décès indiquant la cause du décès) ;
- l'acte de décès (délivré par la commune) ;
- la copie de la pièce d'identité ;
- le procès – verbal d'enquête des autorités (en cas d'accident de circulation ou de mort suspecte).(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

III.1.1.2 En cas d'IAD :

Dans le cas d'une invalidité absolue et définitive, l'assuré doit présenter les documents suivants :

- la demande d'adhésion ;
- la convention de crédit ;
- le certificat de constat de l'IAD (déclaration d'expertise de la commission d'assurance sociale) ;
- la copie de la pièce d'identité ;
- le procès- verbal d'enquête des autorités (en cas d'accident de circulation).

III.1.2 La Totale Prévoyance :

Pour l'indemnisation dans le cas d'une assurance totale prévoyance, le dossier à fournir doit présenter des pièces telle que énumérées ci-dessous.

II.1.2.1 En cas de décès :

Dans le cas de décès, le ou les bénéficiaires devront présenter les documents suivants :

- une copie du contrat ;
- une copie d'une identité de l'assuré ;
- des copies des pièces d'identité des bénéficiaires ;
- un certificat de décès rempli par le médecin ayant constaté le décès, en cas d'accident de circulation ou de mort suspecte, et le PV d'enquête ;
- Un acte de décès délivré par la commune.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

III.1.2.2 En cas d'IAD :

Dans le cas d'une invalidité absolue et définitive, l'assuré doit présenter les documents suivants :

- une copie du contrat ;
- une copie de la pièce d'identité de l'assuré ;
- un certificat médical du contrat d'IAD ;
- un procès-verbal des autorités relatant les circonstances du sinistre.

III.1.3 SAHTI :

Les demandes de prise en charge doivent parvenir en maximum 01 mois après la date de sortie de l'hôpital ou de diagnostic de la maladie en cas de maladie aggravée, sauf impossibilité dûment justifiés, à l'agence CNEP-Banque de l'adhérent.

La demande de prise en charge doit être accompagnée des pièces justificatives suivantes :

III.1.3.1 En cas d'hospitalisation :

- un bulletin de séjour en milieu hospitalier délivré par le service d'accueil hospitalier ;
- un rapport médical délivré par le médecin traitant et un protocole opératoire en cas de chirurgie.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

III.1.3.2 En cas de maladies graves (cancer) :

- un rapport médical spécifiant le diagnostic et la date de début de l'affection ;

- un résultat d'analyse anatomopathologique (résultats de prélèvement) et un protocole thérapeutique.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

III.1.3.3 Et dans tous les cas :

- une copie d'une pièce d'identité nationale en cour de validité ;
- une fiche familiale si la demande de prise en charge concerne le conjoint ou les enfants mineurs de l'adhérent ;
- une copie de bulletin d'adhésion.

Après la réalisation du sinistre, CARDIF EL DJAZAIR s'engage à traiter le dossier du sinistre, et à rendre réponse avant 07 jours .Il notifie à la cellule bancassurance la prise en charge ou le refus d'indemnisation. Tout refus doit être dument motivé, dans le cas d'un sinistre pris en charge, CARDIF ordonnera à l'agence bancassurance EL Biar le transfert de l'indemnité à l'agence concernée.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

III.2 La gestion des comptes :

Le processus de gestion des comptes se résume en deux étapes principales :

- transfert du montant de l'indemnité ;
- reversement de l'indemnité.

III.2.1 Transfert du montant de l'indemnité :

Le montant de l'indemnité de sinistre va transiter par le compte 362.9... ouvert à l'agence d'EL BIAR (129), avant d'être transféré, vers l'agence concernée par le sinistre qui sera ainsi logé dans le compte 369.9.

III.2.2 Reversement de l'indemnité :

Le reversement de l'indemnité dans le cas de total prévoyance, assureur des emprunteurs et SAHTI est détaillé ci-après.

III.2.2.1 CNEP Totale Prévoyance :

Le montant est selon le cas :

-cas d'IAD : le versement est au compte du client ;

-cas de décès : le montant est versé soit au compte de bénéficiaire, soit au compte de client, si aucun bénéficiaire n'a été désigné. À ce moment-là, c'est la **FRIDHA** qui détermine les héritiers du capital assuré.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

III.2.2.2 Assurance des emprunts :

L'agence bancassurance EL BIAR procédé au transfert du montant de l'indemnité à l'agence concernée par le sinistre qui sera ainsi logé dans le compte 362.978 indemnité sinistre ADE CARDIF

c-SAHTI :

Dans le cas de la réalisation du sinistre, l'indemnisation est versée au compte bancaire du client.

En ce qui concerne le produit bancassurance SAHTI, l'indemnité est versée dans le compte du souscripteur, si ce dernier est malhonnête, il ne remettra pas l'argent au concerné qui est l'enfant ou le conjoint dans la formule familiale.

Ainsi, si le bénéficiaire est mineur, son argent est versé dans le compte du tuteur, pour le produit bancassurance CNEP Totale Prévoyance.(CNEP-Banque de Tizi-Ouzou).

Conclusion :

Avec l'ambition de développer le secteur des assurances en Algérie, le gouvernement a autorisé la commercialisation des produits d'assurance dans les banques algériennes depuis 2006.

La réforme du secteur des assurances vise à encourager le développement des réseaux d'agence et à stimuler la rentabilité, l'activité et la sécurité financière des sociétés.

C'est ainsi qu'aujourd'hui, il existe plusieurs conventions signées par les banques nationales avec des compagnies d'assurance afin de mettre en œuvre cette pratique.

Après avoir signé en 2008 un accord de partenariat de bancassurance avec la compagnie d'assurance française CARDIF EL DJAZAIR , la CNEP- Banque inscrit la bancassurance comme un axe stratégique important dans son développement futur et compte s'imposer et garder la position de leader dans la bancassurance en Algérie, en développant une offre complète de produits d'assurance et conforter donc, sa position de leader dans les activités de banque de détail.

Conclusion générale

Conclusion générale

Après avoir fait part de constats et réflexions sur la naissance de la bancassurance et sa situation d'aujourd'hui, il semble légitime de se poser la question de savoir comment la bancassurance pourrait évoluer dans les prochaines années.

Certains pays, où la bancassurance n'est pas à ce jour un modèle très présent, cherchent à analyser les raisons de cet échec et souhaitent à présent évoluer sur de nouvelles bases. Cette phase de rapprochement entre les banques et les assureurs a ainsi été tentée par les pays dits anglo-saxons comme les Etats-Unis et le Royaume-Uni ou comme l'Allemagne qui ne sont jamais vraiment parvenus à imposer le modèle bancassurance. Grâce à une déréglementation financière et/ou à une prise de conscience des raisons de ce développement limité, les deux industries pourront peut-être parvenir à de vraies alliances.

La croissance économique importante récente de certaines zones du monde (Brésil, Russie, Inde, Chine, Afrique du sud) laisse à prévoir également une émergence de la bancassurance dans de nouveaux pays. Ce démarrage pourra être envisagé avec des démarches différentes : en modèle intégré, ou en simple coopération. Le niveau d'intégration dépendra surtout du contexte local de chaque marché et de la stratégie des acteurs, mais ne déterminera pas à lui seul, le succès de la bancassurance. Bien d'autres éléments et facteurs sont nécessaires à une convergence réussie.

La bancassurance, comme elle est comprise aujourd'hui, s'étend à toutes les coopérations entre les prestataires de services financiers n'appartenant pas à la même branche d'activité.

Cependant, le concept reste trouble par la multiplication de ses interprétations et le changement de ses dimensions. Ceci nous amène à nous interroger sur le paysage futur de la bancassurance et ses limites.

La progression rapide et continue de la bancassurance aussi bien dans la branche vie que dommage, en Europe notamment, démontre son importance stratégique, tant sur le plan macroéconomique que microéconomique, au point que son utilité n'est plus sujet de débat.

Force est de constater que l'Algérie est loin de suivre les évolutions actuelles en matière de bancassurance. La coopération dans la distribution, entre les banques et les compagnies d'assurance nationales, reste insignifiante si nous prenons comme référence les expériences

Conclusion générale

européennes. Elle ne dépasse, guère, les simples souscriptions de polices d'assurance liées aux opérations bancaires de base dont la généralisation au niveau de toutes les banques n'est pas encore effective.

Le retard immense accusé par les banques algériennes en matière de bancassurance est dû principalement à des obstacles d'ordre culturel et, surtout, aux faiblesses des techniques de marketing.

En dépit du contexte actuel, les banques algériennes pourront adopter une stratégie bancassurance visant, dans une première étape, à distribuer les produits d'assurance constituant le prolongement naturel de leurs activités de base, sur la base d'un partenariat avec une compagnie d'assurance. Cette étape qu'on qualifie communément de « période d'apprentissage » permettra aux banques de se préparer pour une intégration effective des produits d'assurance vie. La période d'apprentissage étant terminée, les banques dans une deuxième étape, élargiront leur gamme de produits aux assurances vie afin de répondre à tous les besoins financiers de leurs clients dans une optique de service financier global qui a, d'ailleurs, démontré son efficacité partout dans le monde .

Les expériences étrangères en matière de bancassurance doivent servir de référence aux banques algériennes dans leur démarche pour asseoir le modèle de bancassurance le plus compatible avec la réalité nationale.

Liste des abréviations

Liste des abréviations :

ACM : Les Assurances du crédit Mutuel.

IARD : Incendie, Accidents et Risques Divers.

CRM: Customer Relation Management.

CMC: Conseil de la monnaie et du crédit.

SAA : Société Algérienne des Assurances.

CAAT : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Transport.

CAAR : Compagnie Algérienne d'Assurance et Réassurance.

BDL : Banque de Développement Locale.

BEA : Banque Extérieur d'Algérie.

CNEP-banque : Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance.

BADR :La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural.

CPA : Crédit Populaire d'Algérie.

BNA : Banque Nationale d'Algérie.

IRG : Impôt sur le Revenu Global.

CASNOS : Caisse nationale de la Sécurité Sociale des Non Salariés.

DGA : Directeur Général Adjoint.

OMC : Organisation Mondiale du Commerce.

ADE : Assurance des Emprunteurs.

IAD : l'Invalidité Absolue et Définitive.

LEL : Livret d'Epargne Logement.

LEP : Livret d'Epargne Particulier.

CTP : CNEP Total Prévoyance.

Liste des schémas et tableaux

Liste des schémas et tableaux :

-Schéma n° 1 : Matérialisation des deux formules d'assurances.....	62
-Schéma n°2 : Prise d'effet de garantie.....	64
-Tableau n° :1 : Comparaison du fonctionnement de la bancassurance entre l'Algérie et la France.....	38
-Tableau n°2 : Tarifs appliqué dans l'assurance totale prévoyance.....	59
-Tableau n° 3: Tarifs appliqué dans l'assurance SAHTI.....	62

Bibliographie

Bibliographie :

Ouvrages :

- BORDERIE Alain & LAFITTE Michel, 2004, « La bancassurance stratégie et perspective en France et en Europe », Edition revue banque, France.
- DANIEL Jean-Pierre, 1995, « Les enjeux de la bancassurance », Edition de Verneuil, France, 2^{ème} édition.
- KEREN Vered, 1997, « La bancassurance », Edition Que sais-je ? , France.

Revue et articles :

- BOUDEJA Nora, 26 Mars 2008, Partenariat entre la CNEP-banque et Cardif El Djazair, quotidien El Watan, Algérie, n° 5162.
- CHEVALIER Majorie, 2005, « Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde », Edition Focus.
- Journal officiel de la république algérienne, 8 Mars 1995, Alger n°12.
- HADJAM, Zhor, 06 Mai 2010, Partenariat entre la SAA et la BADR, El Watan.
- Sigma n°5/2007, la bancassurance, tendances émergentes, opportunités et défis, Swiss, Re.

Thèse et Mémoires :

- BAHMED Karima, 2012, « La bancassurance en Algérie cas de la CNEP-banque de Tizi-Ouzou ».
- S.MOUAS, 2009, « Les stratégies et les perspectives de la bancassurance en Algérie, cas de la CNEP-Banque de Tizi-Ouzou ».

Textes juridique et législatifs :

- Ordonnance 95-07 du 25 Janvier 1995 relative aux assurances complété par la loi 06-04 du 20 Février 2006, journal officiel de la république algérienne n° 13 du 8 Mars 1995, Alger.
- Règlement n°95-06 du 19 Novembre 1995 relatif aux activités connexes des banques et établissements financiers, journal officiel de la république algérienne n°81 du 27 Décembre 1995, Alger.
- La loi n°06-04 du 20 Février 2006 relative aux assurances, journal officiel de la république algérienne n°15 du 12 Mars 2006, Alger.

Sites web :

- www.memoireonline.com.
- <http://www.djazairess.com/fr/liberte/93342>.
- <http://www.djazairess.com/fr/elwatan/158428>.
- http://www.cnepbanque.dz/fr/index_fr.php?page=historique.
- <http://www.djazairess.com/fr/horizons/14384>.
- <http://www.maghrebemergent.com/economie/algerie/46886-le-cpa-et-la-caar-entrent-en-partenariat-pour-le-payement-electronique-des-primas-d-assurance.html>.
- <http://www.djazairess.com/fr/latribune/82>.
- <http://www.vitae-assurancecredit.com/CARDIF-entreprise.html>.

Table des Matières

Table des matières :	pages
Sommaire	
Introduction générale	02
Chapitre I : Présentation de la bancassurance	05
Introduction	06
Section I : Définition et aperçu historique de la bancassurance	07
I.1-Définition de la bancassurance	07
I.2-Aperçu historique de la bancassurance	08
Section II : Les stratégies de la bancassurance	12
II.1-La signature d'un accord de distribution entre la banque et une société d'assurance	12
II.2 La création par la banque de sa propre filiale d'assurance	13
II.3 Les stratégies de croissance externe	13
II.4 La joint-venture	14
SECTION III : Les enjeux de la bancassurance	14
III.1 Les enjeux de la bancassurance aux banques	15
III.1.1 Les apports de la bancassurance pour les banques	15
III.1.1.1 La rentabilisation des ressources	15
III.1.1.2 La fidélisation de la clientèle	17
III.1.1.3 Un moyen de diversification	17
III.1.1.4 Une appréhension complémentaire du temps	17
III.1.1.4 Une sensibilité complémentaire au taux d'intérêt	18
III.1.1.5 Le renforcement des fonds propres	18
III.1 .2 -Les limites de la bancassurance pour les banques	17
III.1.2.1 La cannibalisation des produits bancaires	18
III.1.2.2 Les risques sur l'image de la banque	19
III.1.2.3 La formation du personnel	19
III.2 les enjeux de la bancassurance pour les compagnies d'assurances	20
II.2.I Les apports de la bancassurance pour les compagnies d'assurance	20
III.2.1.1 L'accès à une large clientèle	20
III.2.1.2 Une meilleure appréciation des risques	20
III.2.1.3 Le renforcement des fonds propres	21
III.2.1.4 L'amélioration de la rentabilité	21

III.2.2 Les limites de la bancassurance pour les compagnies d'assurance	21
III.2.2.1 Le traitement des sinistres et la sélection des risques	22
III.2.2.2 Le secret bancaire	22
III.2.2.3 Le transfert du centre de décision	22
Conclusion	23
CHAPITRE II : Etat et fonctionnement de la bancassurance en Algérie	24
Introduction	25
Section I : Fonctionnement et caractéristiques de la bancassurance	26
I.1 Fonctionnement de la bancassurance	27
I.1.1 Cadre juridique	27
I.1.2 Procédures de la bancassurance	28
I.2 les caractéristiques de la bancassurance	28
I.2.1 Les facteurs exogènes	29
I.2.1.1 L'environnement	29
I.2.1.2 L'image sur le marché	30
I.2.1.3 Le comportement des consommateurs	30
I.2.1.4 Le taux de pénétration de l'assurance	30
I.2.2 Les facteurs endogènes	31
I.2.1.1 Le réseau de distribution	31
I.2.1.2 Les modèles retenus	31
Section II : Le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie	32
II.1 L'environnement algérien à l'ère des réformes économiques	32
II.2 Le cadre réglementaire régissant l'activité de la bancassurance	33
Section III : L'état du marché de la bancassurance en Algérie	34
III.1 les conventions de la bancassurance conclues en Algérie	34
III.1.1 Partenariat entre CNEP-Banque et Cardif –EL-Djazair	35
III.1.2 Partenariat entre la SAA et la BDL	35
III.1.3 Partenariat entre la BEA et CAAT	35
III.1.4 Partenariat entre CAAR et CPA	36
III.1.5 Partenariat entre SAA et BADR	36
III.1.6 Partenariat entre la BNA et la CAAT	37
III.2 Les produits distribués	37
III.3 les obstacles et perspectives de la bancassurance en Algérie	38

Conclusion	41
Chapitre III : La pratique de la bancassurance à la CNEP Banque	42
Introduction	43
Section I : Présentation de la CNEP –Banque et de la CARDIF EL Djazair	43
I.1 présentation et historique de la CNEP-Banque	43
I.1.1 Présentation de la CNEP-Banque	43
I.1.2 Historique de la CNEP-Banque	44
I.1.2.1 Spécialisation de la CNEP-Banque dans l’ouverture des comptes sur livrets (1964-1970)	44
I.1.2.2 Financement de l’habitat (1971-1979)	44
I.1.2.3 Elargissement d’activité de crédit (décennie 80)	45
I.1.2.4 CNEP-Banque grand collecteur d’épargne 1990	46
I.1.2.5 Changement de statut de caisse d’épargne à une banque avril 1997	47
I.1.2.6 Repositionnement stratégique de la CNEP-Banque sur le financement de l’immobilier mi-2005	47
I.1.2.7 Nouvelle orientation de la CNEP-Banque 28 février 2007	47
I.2 : Présentation de CARDIF EL Djazair	48
I.3 Partenariat entre la CNEP-Banque et CARDIF EL Djazaira	49
I.3.1Présentation du partenariat	49
I.3.2Organisation de la bancassurance au niveau de la CNEP-Banque	50
I.3.2.1 1Agence	50
I.3.2.2 Chargé de la Bancassurance au niveau de chaque réseau	51
I.3.2.3 L’ agence chargée de la bancassurance « agence 129 :EL BIAR »	51
I.3.2.4 La cellule bancassurance	52
I.4 Réorganisation de la gestion de l’agence au sein de la CNEP-Banque	52
I.4.1 L’organisation au niveau des agences (le front-office)	52
I.4.2L’organisation au niveau de la direction (Back office)	53
I.4.2.1 Le secrétariat des engagements	54
I.4.2.2 Service moyens de paiement et flux financier (M.D.P)	54
I.4.2.3 Service litige et événement	54
I.4.2.4 Service supports	55
Section II : les produits d’assurance CARDIF commercialisés par la CNEP-Banque	56

II.1 Assurance des emprunteurs (ADE)	56
II.1.1 définition de l'assurance des emprunteurs	56
II.1.2 les avantages du produit ADE	56
II.1.2.1 Les Avantages majeurs pour la CNEP-Banque	57
II.1.2.2 Avantages pour l'assuré	57
II.1.2.3 Avantages pour CARDIF EL DJAZAIR	57
II.2CNEP Totale prévoyance	57
II.2.1 Clients pouvant adhérer à ce produit	58
II.2.2. Processus de gestion du produit	58
II.2.2.1 Modalités d'adhésion au produit total prévoyance	58
II.2.2.2 Processus de gestion des primes	59
II.2.3 : Cessation de garantie	60
II.2.4: Les avantages du produit CNEP Totale Prévoyance	60
II.2.4.1 Avantages majeurs pour la CNEP-Banque	60
II.2.4.2 Avantages pour l'assuré	60
II.3 : SAHTI	61
II.3.1 : Les formules d'assurance	61
II.3.2. Prise d'effet des garanties	63
II.3.3 : Cessation des garanties	63
II.3.4 : SAHTI en bref	65
II.3.5. Les exclusions réglementaires de ces produits	65
Section III : la gestion des sinistres	67
III. Le processus de gestion des sinistres	67
III.1. L'Assurance des Emprunteurs (ADE)	68
III.1.2 La Totale Prévoyance	68
III.1.3 SAHTI	69
III.2 : La gestion des comptes	70
III.2.1: Transfert du montant de l'indemnité	70
III.2.2: Reversement de l'indemnité	70
Conclusion	72
Conclusion générale	74
Liste des abréviations	77

Liste des schémas

79

Bibliographie

81

Table des matières

84