

UNIVERSITÉ MOULOUD MAMMARI DE TIZI-OUZOU
Faculté des Sciences Économiques, Commerciales
Et des Sciences de Gestion
Département des sciences Financières et Comptabilité



Mémoire de Fin de Cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de Gestion
Option : Finance et Assurance

Thème

Évolution et perspective du marché des assurances en Algérie. Cas de la CASH de Tizi-Ouzou

Présenté par:

ALILECHE LYDIA
MOHAMED
AOUINE YASMINE

Encadré par :

Dr. ACHIR

Tuteur de stage :

Mr. KISSOUM KHALED

Présenté devant le Jury composé de :

- ✓ **OUALIKANE Selim, professeur, Président**
- ✓ **ABIDI Mohamed, MCB, Examineur**
- ✓ **ACHIR Mohamed, MCB, Rapporteur**

Année universitaire 2019/2020

Remerciements

Nous tenons à remercier Le Bon Dieu de nous avoir donné le courage, la force, la patience et la volonté suffisante pour accomplir ce modeste travail.

Nos sincères gratitudee à notre directeur de recherche monsieur **ACHIR MOHAMED** pour son suivi, son engagement, sa contribution et ses précieux conseils jusqu'à aboutissement de notre travail de recherche notamment à Mr **DRIR** pour son orientation et son aide inestimable.

On voudrait remercier chaleureusement l'ensemble du personnel de la CASH de Tizi-Ouzou en l'occurrence Mme **CHETTI DJOUHAR** ainsi que notre tuteur de stage monsieur **KISSOUM KHALED**, directeur de la CASH, pour son soutien, son accompagnement, ses précieux conseils et sa bienveillance sur le déroulement de notre stage pratique dans les meilleures conditions.

Nous remercions également les membres de nos familles pour leurs incessants soutiens et plus particulièrement nos parents.

Nos respects et nos sincères remerciements aux membres du jury qui ont accepté d'évaluer notre travail.

Enfin nous tenons à témoigner nos sincères remerciements à toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.

Dédicaces

Je tiens à dédier ce modeste travail :

- ❖ A Mes chers parents, pour leur amour, leurs encouragements, leur soutien, leurs dévouements et les sacrifices qu'ils ont consentis pour mon instruction, mon éducation et mon bien-être ,Puisse Dieu vous accorde santé, bonheur, prospérité et longue vie ;
- ❖ A mes très chers frères, **KARIM** et **YANIS** pour leur soutien incessant dans tous les domaines ;
- ❖ A mon unique et chère sœur **RYMA**, son époux **CHAFIK** et ses deux filles **MELISSA** et **MAYLINE** ;
- ❖ A ma chère binôme et amie **YASMINE** avec laquelle j'ai pris beaucoup de plaisir à travailler ainsi qu'à toute la famille **AOUINE** ;
- ❖ A tous mes amis (es) pour leurs encouragements et leur appui constant ;
- ❖ A toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin, à la réalisation de ce travail.

Lydia.

Dédicaces

Je tiens à dédier ce modeste travail :

- ❖ A mon cher papa ; pour ses sacrifices, son amour et son soutien ;
- ❖ A ma chère maman qui n'a jamais cessé de formuler des prières à mon égard, de me soutenir et de m'épauler pour que je puisse atteindre mes objectifs ;
- ❖ A ma chère sœur **SIHEM** Pour son soutien moral ;
- ❖ A ma chère sœur **NADIA**, pour ses conseils précieux, Son mari et ses enfants **RIMEL, ABDALLAH ILYAS** et **JANNA**
- ❖ A ma chère binôme et amie **LYDIA** pour son aide et sa générosité notamment à toute la famille **ALILECHE** ;
- ❖ A mes amis (es) et mes cousins(es) pour leurs soutiens et encouragement ;
- ❖ A toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin, à l'élaboration de ce travail.

Yasmine.

Sommaire

Introduction générale.....	01
----------------------------	----

Chapitre 1 : Generalité sur les assurances

Introduction	4
Section 1 : Définition et rôle d'assurance	4
Section 2 : Les bases techniques de l'assurance	9
Conclusion.....	18

Chapitre 2 : Présentation du secteur des assurances en algérie

Introduction	20
Section 1 : Aperçu historique de l'assurance en algérie	20
Section 2 : Les conditions, les obligations et les règles prudentielles d'exercice d'activité... ..	31
Conclusion	42

Chapitre 3 : Le marché algérien des assurances

Introduction	44
Section 1 : Le Marché Algérien En Chiffres.....	44
Section 2 : Entraves et perspectives liées au développement de l'assurance en algérie	59
Conclusion.....	73

CHAPITRE IV : PLAN DE DÉVELOPPEMENT DES PRODUITS DE LA COMPAGNIE DES ASSURANCES « CASH »

Introduction	76
Section 1 : Présentations et références de la CASH	76
Section 2 : La stratégie de la CASH.....	84
Conclusion	103
Conclusion générale	105

Liste des abréviations

2A: Algérienne des Assurances
ACAM: Autorité de Contrôle des Assurances et des Mutuelles
ACC. Algérienne de Contrôle et de Construction
ADSL: Asymmetric Digital Subscriber Line
AGA: Agent Général d'Assurances
AGLIC: Algerian Gulf Life Insurance Company
APN: Access Point Name
ASQ: Ages & Stages Questionnaires
BADR: Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
BDL: Banque de Développement Locale
BNP: Banque Nationale de Paris
BPI: Banque Publique d'Investissement
CAAR : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance
CAAT : Compagnie Algérienne des Assurances Transport
CAGEX: Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations
CASH: Compagnie d'Assurance des Hydrocarbures
CAT NAT: Catastrophes Naturelles
CCP: Compte Chèque Postal
CCR: Compagnie Centrale de Réassurance
CEDAC: Compte Etranger en Dinars Algériens Convertibles
CIAR La Compagnie Internationale d'Assurance et de Réassurance
CNA Le Conseil Nationale des Assurances
CNEP: Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance
CNMA: La Caisse Nationale de Mutualité Agricole
Covid-19: Corona Virus Disease
CSA : Commission de Supervision d'Assurance
DRC : Direction Régionale Centre
DRE : Direction Régionale Est
DRO: Direction Régionale Ouest
DSI: Directeur du Service Informatique
E/m-commerce: Electronic Commerce
EASIC: Application-Specific Integrated Circuit
ECP : Ecole Commerciale Privée
ENCE : Emprunt National pour la Croissance Economique
ESG: Ecole Supérieur de Gestion

EXAL: Expertise Algérie
FAP SAUF: Franc d'Avaries Particulières Sauf
GAM: Generale Assurance Méditerranéenne
HEC: Hautes Études Commerciales
IA: L'Intelligence Artificielle
IARD: Incendies, Accidents, Risques Divers
INPS: Institut National de la Planification et de la Statistique,
IoT: Internet of Things
KPMG: Goerdele, Peat, Marwick, Goerdeler
MAATEC : Mutuelle d'Assurance Algérienne des Travailleurs de l'Education et de la Culture
MACIF : Mutuelle Assurance des Commerçants et Industriels de France
MDA: Million Dinar Algérien
MH : Multirisques Habitation
N°: Numero
NAPEC: North Africa Petroleum Exhibition & Conference
ODS: Operational Data Store
PIB: Produit Interieur Brut
PME: Petites et Moyennes Entreprises
PMI : Petites et Moyennes Industries
PPA: Parité de Pouvoir d'Achat
PwC: Price Waterhouse Coopers
RC: Responsabilité Civil
RCRD: Responsabilité Civile Recours Défense
RH Ressources Humaines
SAA: Societé Algerienne d'Assurances
SAPS : Société d'Assurance de Prévoyance et de Santé
SGCI: Société de Garantie du Crédit Immobilier
SVT : Spécialiste des Valeurs du Trésor
TGP: Total Général des Produits
TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée
UAR: L'Union Algérienne des Sociétés d'Assurance et de Réassurance
UIB: Union Internationale de Banques
Web: World Wide Web

Liste des tableaux

Tableaux N°	Intitulé	Pages
01	Les compagnies d'assurances et de réassurances	30
02	Composition du réseau de distribution 2011-2015	45
03	Primes émises par branche 2012-2013	47
04	Production du secteur des assurances de dommages par branche 2015-2016-2017.	48
05	Production du secteur des assurances de personnes 2015-2016-2017	49
06	Production du secteur des assurances par branche 2018-2019	49
07	Production du secteur des assurances de personnes 2018-2019	50
08	Evolution (2014-2015) de la production des intermédiaires par société	50
09	Le taux de pénétration de l'assurance en Algérie	52
10	La densité d'assurance par rapport à la population	53
11	Le taux de croissance	54
12	Positionnement de l'Algérie par rapport aux autres pays africains (2012)	55
13	La Réalisation de la CCR	57
14	La Présence des compagnies d'assurance en Algérie sur le web	65
15	Evolution et historique de la CASH	78

Liste des figures

Figure N°	Titre	Page
01	Schéma récapitulatif sur les typologies des assurances	18
02	Composition du réseau de distribution 2011-2015	45
03	Évolution de la production secteur public VS privé 2003-2012	46
04	la densité répartie par région dans le monde	54
05	Les actionnaires de la Cash Assurances	79
06	Organigramme de la CASH	83

Liste des graphes

Grappe N°	Titre	page
01	Évolution de la production 2005-2015En million de DA	46
02	taux de pénétration de l'Assurance 2008-2018	52
03	Densité d'assurance par rapport à la population	53
04	évolution des indemnisations sur la production totale du marché	55
05	l'évolution de l'actionnariat de la CASH Assurances.	78

L'activité de l'assurance n'a jamais cessé de se développer à travers le temps et l'espace surtout après l'apparition de la révolution industrielle qui a poussé l'assurance à s'adapter aux différentes fluctuations de leur époque jusqu'à nos jours.¹

L'activité des assurances fut introduite, en Algérie, par l'administration coloniale, mais aujourd'hui et cela dure depuis plusieurs décennies, le secteur Algérien des assurances accuse un retard considérable, par rapport au reste du monde. Tous les agrégats économiques du secteur, notamment le plus important – le taux de pénétration représentant la contribution du secteur des assurances dans le PIB (3 %), en témoignent.*

Cette situation s'explique en partie par le poids de l'histoire de l'Algérie. Mais le retard enregistré par rapport aux pays maghrébins (*qui ont le même passé que l'Algérie*) nous pousse à rechercher d'autres hypothèses explicatives pour ce retard. Le phénomène du syndrome hollandais peut participer à l'explication de cette situation (*la dépendance à une rente sur une économie et l'exploitation de ressources naturelles au déclin de l'industrie manufacturière locale*).²

Les compagnies d'assurances sont sans cesse confrontées aux questions de la croissance et du développement. Face à la concurrence, à l'émergence de nouveaux produits, à l'innovation, à l'entrée de nouveaux acteurs, elles doivent s'interroger sur la situation et les perspectives de l'ensemble de leurs activités. Afin de maintenir leur compétitivité et d'assurer leur survie et leur pérennité, les compagnies d'assurances sont appelées à plus d'un titre à mettre en place des stratégies.

La question qui se pose et que nous pouvons considérer comme problématique de notre recherche est :

« *Quel est le poids des assurances en Algérie et les perspectives de leurs évolution répondent-elles aux exigences du marché ?* »

De cette problématique déclinent plusieurs questions qui sont :

- Quelle est le rôle des assurances en Algérie ?
- Quelles sont les conditions pour l'activité des assurances en Algérie ?
- Quelles sont les différentes branches d'assurance ?
- Comment le secteur algérien des assurances a évolué dans le temps ? et quelle est la structure de cette évolution ?

¹ Voir le rapports Swiss-Re, Sigma (*de 1996 à 2013*).

* Les économistes évolutionnistes avancent l'idée selon laquelle les performances et les trajectoires des firmes sont largement fonction de leur histoire particulière et des routines qu'elles ont accumulées (*sentier de dépendance*).

² *Idem*.

- Quelles sont les perspectives de développement de cette activité?

Pour traiter cette problématique et répondre à cette série d'interrogations nous soutiendrons les hypothèses suivantes :

- **Hypothèse 1** : La situation actuelle permet de répondre aux exigences du marché d'assurance ;
- **Hypothèse 2** : Les compagnies d'assurances peuvent offrir à l'économie des possibilités de croissance et contribuent à son développement.

Le travail que nous avons mené s'articule autour de quatre chapitres :

- Le premier chapitre consiste à donner une idée générale du concept de l'assurance, et de montrer les caractéristiques propres aux compagnies d'assurances ;
- Le deuxième chapitre présente l'historique et le cadre réglementaire du marché des assurances en Algérie ;
- Le troisième chapitre est consacré à l'étude du marché algérien des assurances en chiffre ;
- Le quatrième chapitre se situe dans le cadre d'une étude descriptive analytique de la CASH et sa stratégie, dans lequel nous allons présenter et analyser l'évolution de cette dernière dans le cadre d'un plan de développement.

Introduction

Les dangers et préjudices qui menaçaient l'être humain au cours de son existence l'ont poussé à chercher un moyen de se sécuriser contre tout événement pouvant l'affecter dans sa vie ou dans son patrimoine car personne n'est à l'abri du risque. L'assurance est née de cette nécessité d'être en sécurité ressentie par l'individu et constituée sur la pyramide de Maslow comme un besoin primaire.¹ L'assurance a évolué à travers le temps pour arriver à la place qu'elle occupe aujourd'hui.

L'objet de ce chapitre est de fournir les principales notions en matière d'assurance. Nous allons tout d'abord voir un aperçu sur l'histoire de l'assurance puis nous définirons l'assurance et leur rôle dans la première section et pour mieux cerner le domaine de l'assurance nous évoquerons les éléments opérateurs et les différentes branches de cette dernière.

Section 1 : Définitions et rôle d'assurance

1. Genèse et historique d'assurance

En pratique, les techniques de l'assurance sont très anciennes¹, elles remontent à l'antiquité avec l'apparition de la première forme d'assurance qui a été découverte dans la basse-Égypte chez les Tailleurs de pierre, connus sous le nom « Fond De Solidarité» au moyen âge, elle a connu un développement mais sous le même système dans le cadre de la communauté d'artisans et de marchands. Le premier contrat d'assurance apparaît dans la Rome antique sous le nom du contrat d'emprunt.

En 1653, Lorenzo Tonti invente les tontines, qui sont des groupements d'adhérents constitués pour une durée déterminée fixée à 15 ans en général, dont les cotisations sont investies au terme d'un contrat. Les sommes sont capitalisées et réparties entre les survivants.

L'assurance moderne née avec le développement du calcul actuariel avec : la loi des grands nombres (*pascal 1654*), la première table de mortalité (*Huyghens 1657*), le premier calcul de rentes viagères (*Will 1660*), et enfin le premier traité d'actuariat par Richard Price au milieu du XVIII^{ème} siècle.

Au XVIII^{ème} siècle, il y avait trois formes d'assurances maritimes, incendie et vie, mais leurs progrès sont étroitement liés à la fois au développement de l'activité économique,

¹ BEKONO E, F. « *Encadrement de l'offre de garantie de remplacement au Québec, Essai proposé pour l'obtention d'une maîtrise en Administration des affaires sous la supervision de Monsieur Gilles* ». B, professeur au département de finance et assurance, université Laval, 2006, p.19.

et à l'évolution du droit. Un siècle plus tard, un accroissement important de l'assurance dans les pays occidentaux qui s'explique par le développement économique et social.²

2. Définition de l'assurance

Théoriquement et comme l'a affirmé Kimball (1992), pouvoir définir la notion d'assurance n'est pas aussi simple qu'il en est l'air car selon cet auteur il n'existe pas une définition Systématique permettant de mieux saisir cette notion. Cette difficulté réside dans le fait que la notion d'assurance traduit diverses réalités (selon Ewald 1991).³

Si la variété des opérations d'assurance et des risques couverts ne permet pas de donner une définition unique et exhaustive de l'assurance, il est cependant possible d'envisager et d'analyser ces opérations sous différents angles.

Pour cela et afin de pouvoir assimiler la notion d'assurance dans sa globalité nous allons tout d'abord définir l'assurance de façon générale, technique, puis juridique.

a. Définition générale

Une assurance est un moyen de percevoir une compensation si vous risquez de subir un préjudice. Cette compensation qui se matérialise la plupart du temps par une somme d'argent, peut être versée à un particulier, une entreprise ou une association mais en contrepartie vous devrez verser une cotisation mensuelle, annuelle ou autre.⁴

b. Définition technique

Selon le professeur M .Joseph HEMARD : « *L'assurance est une opération par laquelle une partie, l'assuré, se fait promettre, moyennant une rémunération pour lui ou pour un tiers en cas de réalisation d'un risque, une prestation par une autre partie, l'assureur, qui prenant en charge un ensemble de risques, les compensent conformément aux lois de la statistique.* ».⁵

c. Définition juridique

La principale définition qu'on trouve dans le code civil est la suivante : « *le contrat aléatoire est convention réciproque dont les effets quant aux avantages et aux pertes, soit pour toutes les parties, soit pour l'une ou plusieurs d'entre elles dépendent d'un événement incertain* ».⁶

² D.HENRIET et J-C ROCHET : « *Microéconomie de l'assurance* », Ed Economica, Paris, 1991, p.18.

³ BEKONO E, F. *Op.cit.* p.19.

⁴ CHAREF fatiha. « *Evolution du Marché des Assurances en Algérie* ». Université de djilali bounaama, khemis miliana. 2015. P.3.

⁵ COUILBAULT, F ; ELIASHBERG ; C .LATRASSE, M. « *Les grands principes de l'assurance* ». 6^{ème} édition, Paris : éd'l'argus de l'assurance, 2003, P .49.

⁶ https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000020616157/2021-03-05 consulté le 20/03/2021.

Voici les contrats :

- Le contrat d'assurance ;
- Le prêt à grosse aventure ;
- Le jeu et le pari ;
- Le contrat de rente viagère.

Cette définition, même si elle figure dans le code civil, elle ne figure pas en revanche dans le code des assurances : par contre, même si ce dernier comprend des milliers d'articles aucun d'eux ne donne une définition aussi exacte de l'assurance que celle contenue dans le code civil, mais récemment les juges de la cour de justice européenne ont donné une définition d'assurance et qui dit : « *les opérations caractérisées par le fait que l'assureur se charge moyennant le paiement préalable d'une prime, de procurer à l'assuré, en cas de réalisation du risque couvert, la prestation convenue lors de la conclusion du contrat* ». ⁷

Le législateur algérien à travers l'ordonnance N°95-07 du 25/01/95 article 2 a stipulé au sens de l'article 619 du code civil que : « *L'assurance est un contrat par lequel l'assureur s'oblige, moyennant des primes ou autres versements pécuniaires, à fournir à l'assuré ou au tiers bénéficiaire au profit duquel l'assurance est souscrite, une somme d'argent, une rente ou autre prestation pécuniaire, en cas de réalisation du risque prévu au contrat* ». ⁸

En plus de ces définitions, l'assurance comprend aussi des définitions économiques et financières comme : « *l'assurance est une réunion de personnes craignent l'arrivée d'un événement dommageable pour elles, se cotisent pour permettre à ceux qui seront frappés par cet événement, de faire face à ses conséquences* ». ⁹

3. Le rôle de l'assurance

On a fait ressortir l'importance de l'assurance en s'inspirant de ce qu'a dit Henry Ford : « *New York n'est pas la création des hommes, mais celle des assurances...* ». ¹⁰

Sans les assurances, il n'y aura pas de Gratte-ciel, car aucun ouvrier n'accepterait de travailler à une pareille hauteur, en risquant de faire une chute mortelle est de laisser sa famille dans la misère. Sans les assurances, aucun investisseur n'aurait risqué les milliards de dollars nécessaires à la construction des Gratte-ciel de Manhattan sans la garantie d'être remboursé des conséquences d'un incendie ou d'un défaut de construction que seuls les assureurs peuvent proposer grâce aux mécanismes de l'assurance. Sans les assurances,

⁷ Voir le CJUE du 25 février 1999, aff.C-349/96, 6e ch., Card Protection Plan Ltd (CPP) contre Commissioners of Customs & Excise.

⁸ Voir l'ordonnance n° 95-07 du 23 chaabane 1415 correspondant au 25 janvier 1995 relative aux assurances et ses textes d'applications.

⁹ CHAREF fatiha. *Op.cit.*P.6.

¹⁰ Henriët, D. Rochet, J-C. « *Microéconomie de l'assurance* », ed. Economica, Paris, 1991, p13.

personne ne circulerait en voiture à travers les rues. Un bon chauffeur est conscient qu'il court à chaque instant le risque de renverser un piéton.¹¹

3.1. Le rôle social de l'assurance

L'assurance est considérée comme l'un des facteurs de redistribution des revenus et le maintien de l'activité économique grâce aux primes versées par les assurés. Mais, ils ne se contentent pas d'être de simple redistributeurs de moyens financiers, mais ils offrent des prestations en nature pour faciliter la vie des assurés, L'assurance a pour but, grâce aux contributions versées par les assurés, d'indemniser ceux d'entre eux qui sont victimes de coup du sort. C'est une fonction éminemment sociale.

Garantir des revenus à la veuve et aux orphelins après la disparition prématurés du chef de famille ; donner les moyens de reconstruire sa maison ou de racheter un autre logement à celui dont la résidence a été détruite par un incendie ; verser des sommes compensatoires à la perte de revenus professionnels à celui qu'un accident a mis dans l'incapacité de travailler ; donner les moyens financiers aux malades ou aux blessés de se faire soigner selon les méthodes les plus efficaces et donc augmenter ses chances de retrouver la santé, tels sont les objectifs fondamentaux de l'assurance. Garantir aux individus et aux familles la sécurité de leurs revenus et de leur patrimoine malgré tous les risques auxquels ceux-ci sont exposés contribue à la cohésion de la société et au bonheur des individus.¹²

Un autre aspect du rôle social de l'assurance est son incidence dans la survie des entreprises. En permettant de pérenniser des entreprises victimes de coups du sort qui peuvent porter atteinte à leur stabilité (*incendie, faillite d'un client débiteur, responsabilité civile engagée pour malfaçon, etc.*), l'assurance sauve des emplois, des savoir-faire, des lieux de vie et contribue à la stabilité des relations sociales et des emplois.

Il faut signaler que le rôle social de l'assurance a des limites. L'intervention de l'assureur lors de la survenance d'un sinistre consiste à offrir une indemnité en argent aux victimes, alors que l'argent n'est qu'une réparation financière des dégâts causés par le sinistre. Si une indemnité en argent suffit à un chef de l'entreprise de récupérer son matériel et ses matières premières détruites par un incendie, l'argent ne pourra jamais remplacer un mari ou un père, ni une main ou une jambe perdue lors d'un accident qui a rendu la victime dans l'incapacité de travailler. Cela est évident, mais l'assurance permet au moins à l'infirmes, la

¹¹A. Tosseti, T. Behar, M. Fromenteau, S. Menart : « Assurance comptabilité réglementation actuariat », éd Economica, 2002, P.34.

¹² J. Yeatman : « Manuel international de l'assurance » éd Economica, 1998, P.10.

veuve, les orphelins, de percevoir des revenus et donc de conserver un niveau de vie respectable.¹³

3.2 Le rôle économique

L'assurance a pour but la protection des patrimoines et des personnes, mais elle joue également un rôle important et incontournable dans l'économie nationale de tout pays à travers ces différents points que nous allons détailler comme suit

3.2.1 L'assurance outil de crédit

En plus de la fonction de sécurité offerte par l'assurance cette dernière peut être une source d'encouragement à l'octroi de crédit pour les organismes prêteurs, en effet un individu souhaitant contracter un prêt a plus de chance de l'avoir dans la mesure où il possède une garantie en cas de décès ou d'invalidité et cela par la souscription d'une assurance vie, là où l'assurance se porte comme garant envers ces organismes. On conclut que l'assurance sert à garantir une issue heureuse de certaines opérations.¹⁴

3.2.2 L'assurance dispositif d'épargne et moyen de développement de l'investissement

En payant des primes, cela signifie que l'assuré confi la gestion de son épargne à son assureur. Celle-ci sera redistribuée sous forme de prestation au profit de l'assuré en cas où un sinistre se réalise ou au profit des autres bénéficiaires en cas de décès.

Les compagnies d'assurances on exerçant leurs rôles d'investisseurs, drainent une part très importante de l'épargne publique à travers les primes collectées, ces dernières seront placées sur des places financières, elles génèrent ainsi des masses financières très importantes qui à leur tour, seront orientées par la suite vers le financement des investissements de l'économie nationale et internationale. Cette fonction d'investisseur des compagnies d'assurance favorise la croissance économique.¹⁵

3.2.3 L'assurance un moyen de reconstruction du patrimoine

La première fonction de l'assurance est évidemment d'indemniser les préjudices résultant de la réalisation du risque. Par ailleurs on retrouve cette fonction dans le cadre des assurances dommages qui garantissent la protection ou la reconstruction (*substituer les biens endommagés de la victime par d'autres biens*) du patrimoine de la personne sinistrée à travers les prestations versées aux assurés et aux bénéficiaires.¹⁶

¹³ Couilbault, F. Eliashberg, C et Latrasse, M. « *Les grands principes de l'assurance* », 5^{ème} ed, L'argus, Paris.

¹⁴ Mrabet, N. « *Techniques des assurances* », Université Virtuelle de Tunis, 2007, p.8.

¹⁵ Sadi, N.H. « *Essai d'analyse du système des assurances dans la perspective d'une meilleure protection contre le Sinistre* ». Cas des assurances en Algérie, mémoire de magister sous la direction de Mr. M.C Ainouche université

¹⁶ *Idem* p.35.

3.2.4 L'assurance un moyen de prévoyance

Dans un environnement qui est caractérisé à la fois par de multiples risques et de l'incertitude quant à l'avenir, la souscription d'un contrat d'assurance vie permet de garantir un minimum de moyen d'existence à l'individu ainsi qu'à sa famille, en lui sécurisant ses revenus contre tous les risques auxquels il peut être exposé durant sa vie. Donc l'assurance du point de vue de l'assuré peut être comprise comme étant une manière de prévoir le futur, et un moyen qui lui permet de garantir la vie de ces proches à la charge de l'assureur en cas de décès.¹⁷

Section 02 : les bases techniques de l'assurance

1. Les éléments d'une opération d'assurance

Il est indispensable de bien comprendre le sens des termes propres à l'industrie des assurances et dont l'emploi est constant dans cette profession.

L'opération d'assurance met en présence deux personnes : l'assuré et l'assureur.

- **L'assuré :** est une personne physique ou morale dont le patrimoine ou la personne est exposé au risque, il se confond très souvent avec le souscripteur, redevable des primes, mais il peut être distinct. Il s'agit précisément, soit de celui qui est le propriétaire des biens assurés dans une assurance de biens, soit de celui dont la responsabilité est assurée dans une assurance de responsabilité, soit enfin de la personne dont le sort future engendre le risque ;¹⁸
- **L'assureur :** L'assureur est la société d'assurance ou la personne physique auprès de laquelle le contrat d'assurance est souscrit, et qui s'engage à fournir les prestations prévues en cas de réalisation du risque.¹⁹

Il y'a parfois intervention d'un tiers qui percevra la prestation : ce sera le « *bénéficiaire* ».

- **Bénéficiaire :** est toute personne physique ou morale, au profit de laquelle l'assurance a été souscrite, c'est -à-dire la personne recueillant le profit du contrat en cas de réalisation du risque.

L'assurance est donc une opération organisée, comportant des éléments et des règles techniques.

Quatre éléments apparaissent dans la définition de M. Hémard :

- Le risque ;

¹⁷ Sadi, N.H. *Op.cit* .p.35.

¹⁸ F. Ewald, J-H. Lorenzi « *Encyclopédie d'assurance* » éd Economica, 1997, P.9.

¹⁹ *Idem* P.9

- La prime ;
- La prestation ;
- La compensation.

1.1. Le risque

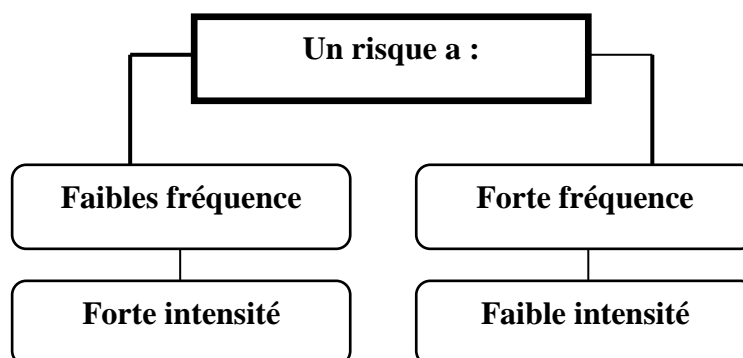
En termes d'assurance, la notion de risque est la probabilité qu'un dommage, un accident survienne. C'est contre cette probabilité que le particulier ou le professionnel souhaite s'assurer.

L'assurance permet de prendre en charge (*suivant les garanties du contrat*) les éventuelles conséquences financières humaines et/ou matérielles ; il est donc possible de couvrir ce risque via un contrat d'assurance. Il en est l'élément constitutif, c'est pourquoi il doit être défini avec la plus grande précision possible.²⁰

Un risque est considéré comme assurable, s'il réunit les caractéristiques suivantes :

- Le risque doit être futur et incertain : d'une part, si la réalisation de l'événement est impossible, il ne peut y avoir d'assurance. D'autre part, cette incertitude peut porter, aussi bien, sur la réalisation que sur son moment ;
- Le risque ne dépend pas exclusivement de la volonté de l'Assuré : sinon l'aléa est supprimé. Ainsi, les sinistres causés intentionnellement par l'Assuré ne sont jamais couverts ;
- Le risque n'entre pas dans le cadre d'activités illicites ou immorales, et ne peut être une des conséquences pécuniaires de la responsabilité pénale (*amendes*).

1.1.1. Les risques et leurs fréquences



On retient donc que le risque est un événement futur, incertain et ne dépendant pas exclusivement de la volonté de l'assuré ; ou un événement certain mais dont la date de survenance est inconnue.

²⁰ MEZOUAR Mohamed. « *la fidélisation de la clientèle dans les assurances* ». [Enligne]. Mémoire de magister. Marketing, TELEMCEN : université Abou-Beker BELKAID .2011.Disponible

1.2. La prime ou cotisation

La prime est la contribution que verse l'assuré à l'assureur en échange de la garantie qui lui est accordée. Elle est payable au départ de l'opération d'assurance ou de l'année de l'assurance.²¹

Lorsque l'organisme d'assurance est une société mutuelle ou a forme mutuelle dans laquelle l'assuré est en même temps un sociétaire, la prime s'appelle « *cotisation* ».

La contribution du souscripteur est généralement déterminée a forfait ; il s'agit alors d'une cotisation fixe qui ne peut, en principe, être modifiée en cours de validité du contrat sans le consentement du souscripteur, quels que soient les résultats de l'assureur.

Les sociétés mutuelles et certaines sociétés à forme mutuelle pratiquent le système de la cotisation variable, avec paiement d'une cotisation pouvant donner lieu, soit au versement complémentaire d'un rappel de cotisation (*si les sinistres ont couté plus cher que prévu*), soit à un remboursement appelé « *ristourne* » dans le cas contraire.²²

Quelle que soit la forme de l'organisme d'assurance, qu'il soit à but lucratif ou non, les cotisations doivent être suffisantes pour faire face :

- Au cout de sinistres survenus dans l'année ;
- A tous les frais (*d'acquisition, de gestion, d'encaissement*) exposé par l'organisme assureur.

La prime se compose de :

- a. Prime pure :** c'est la valeur théorique du risque, elle permet la stricte compensation des sinistres frappant la mutualité des Assurés ;
- b. Prime nette :** il s'agit de la prime pure majorée des chargements permettant de couvrir les frais d'acquisition et de gestion des contrats ;
- c. Prime totale :** c'est le prix payé par l'Assuré, il englobe, outre la prime nette, les frais accessoires (*frais de police*) et les taxes (*TVA, timbres,...*).

1.3. La prestation

L'engagement pris par l'assureur en cas de réalisation du risque consiste à verser une prestation.

Il s'agit d'une manière générale, d'une somme d'argent destinée :

- Soit au souscripteur et assuré, par exemple en assurance incendie ;
- Soit à un tiers, par exemple en assurance de responsabilités ;
- Soit au bénéficiaire, par exemple en assurance vie (*en cas de décès*).

²¹Couilbault-Di Tommaso huberty les grands principes de l'assurance 13^e édition page 47

²² Hassid, A. Introduction à l'étude des assurances économiques, ENAL, Alger, 1984

En pratique il convient de distinguer deux sortes de prestations :

- Des indemnités qui sont déterminées après la survenance du sinistre, en fonction de son importance (*exemple : incendie d'un bâtiment*) ;
- Des prestations forfaitaires qui sont déterminées à la souscription du contrat, avant la survenance du sinistre (*exemple : assurance vie*).

1.4. La compensation au sein de la mutualité

C'est l'ensemble des personnes qui cotisent pour un même risque, elle consiste à ce que la majorité des assurés échappant au risque payant pour les personnes sinistrées.

Ou bien, chaque souscripteur verse sa cotisation sans savoir si c'est lui ou un autre qui en bénéficiera, mais conscient du fait que c'est grâce à ses versements et à ceux des autres souscripteurs que l'assureur pourra indemniser ceux qui auront été sinistrés.²³

L'assurance est donc l'organisation de la solidarité entre les gens assurés contre la survenance d'un même événement.

Cette solidarité est très forte :

- Si le risque s'aggrave (*par exemple, s'il y a plus d'accidents d'automobiles, ou si chaque accident coûte cher*), l'ensemble de la mutualité devra acquitter une cotisation plus élevée ;
- Si le risque diminue (*si par exemple, il y a moins de décès en assurance vie*), la cotisation de chacun diminuera ;
- Ainsi, l'idée de compensation au sein de la mutualité implique que tous les membres de cette mutualité soient traités sur un pied d'égalité c'est à dire avec équité.²⁴

2. Les mécanismes fondamentaux de l'assurance

La détermination des prix à faire payer à chaque assuré pour que son risque particulier soit transféré à la mutualité gérée par l'assureur est une de ses tâches essentielles. La fixation du prix de l'assurance est appelée tarification et repose sur l'étude des statistiques de fréquence et de coûts des dommages survenus à la population des assurés.²⁵

2.1. La loi des grands nombres

Pascal, mathématicien français du 17^{ème} siècle, a étudié le hasard et a démontré qu'il était régi par des lois.

²³ Couibault, F, Eliashberg, C (2011), « *Les grands principes de l'assurance* », l'argus, Paris, p.60.

²⁴ Lezoum., M. « *La situation Actuelle du Secteur Des Assurances en Algérie, Quelles sont les alternatives ?* », in colloque international sur Les sociétés d'Assurances Takaful et les sociétés d'assurances Traditionnelles Entre la Théorie et l'Expérience Pratique, Université d'ORAN.

²⁵ J. Yeatman : « *Manuel international de l'assurance* », éd Economica, 1998, .p.27.28.

Au 18^e siècle, Bernoulli, mathématicien suisse, énonça, à partir des études précédentes, la loi des grands nombre. Selon cette loi, plus est grand le nombre d'expériences effectuées, plus les résultats de ces expériences se rapprochent de la probabilité théorique de survenance d'un événement.

Prenons un dé à jouer. La probabilité théorique de sortir l'as est de $1/6^{\text{ème}}$, puisque le dé a 6 faces, et que chaque face autant de chances de sortir que les autres. Si nous jouons un nombre de fois limité, nous pouvons obtenir l'as 1 fois, 2 fois, toutes les fois ou pas du tout.

Mais, si nous jouons 1000 fois, 10000 fois, 1 000 000 fois (*des mathématiciens l'ont fait grâce a des ordinateurs*) nous constatons que le nombre total de sorties de l'as tend à se rapprocher de la probabilité théorique de $1/6^{\text{ème}}$.

Autrement dit, si on possède des études portant sur un très grand nombre de cas, on connaît de manière suffisamment précise, la probabilité de survenance d'un événement. Ainsi, en raisonnant globalement, on peut maîtriser le hasard.

La loi des grands nombres est indispensable en assurance : elle permet aux assureurs de connaître la probabilité de survenance d'un sinistre (*la fréquence*) qui est déterminée à partir de ces statistiques lorsque les assureurs réunissent un grand nombre de statistiques portant sur un grand nombre de risques. Comme ces statistiques permettent d'indiquer combien de risques survenus dans le passé, elles permettent également, non seulement de déterminer la fréquence du risque mais aussi le coût d'un sinistre

2.2. Les données statistiques de l'assurance

En ce qui concerne notre profession, la loi énoncée précédemment est capitale. Nous devons garantir l'assuré contre un risque qui, par définition, est aléatoire, relève du hasard. Or, en raisonnant non plus au niveau d'un seul assuré, mais globalement, on peut connaître, avec une précision acceptable, la probabilité de survenance du risque.

Cette probabilité de survenance du risque s'appelle la fréquence et elle est connue grâce aux statistiques.

De même, les statistiques vont nous indiquer combien de sinistres sont survenus et combien ils ont coûté. On pourra ainsi calculer le cout moyen d'un sinistre. Il est aisé de comprendre que ces informations essentielles vont permettre a l'assureur de calculer ce qu'il devra payer et donc ce que les souscripteurs auront à déboursier.

Bien entendu, les assureurs devront suivre en permanence l'évolution des statistiques pour adapter, si nécessaire, les primes en conséquence.

2.3. La prévision des probabilités futures de survenance des sinistres

L'assureur vend aujourd'hui des garanties qui seront mises en œuvre dans l'avenir. Sa tarification doit tenir en compte non pas de la fréquence et du coût moyen des sinistres survenus dans le passé, mais de la probabilité de la fréquence et du coût moyen pendant la durée de validité à venir des contrats. L'objectif de l'assureur est d'ajuster sa tarification en fonction des statistiques du passé mais aussi de ce qu'il pressent des modifications à venir de tous les paramètres susceptibles d'influer sur ces statistiques.

En d'autre terme, l'assureur se munit de prévisions fiables et qui peuvent être effectuées dans des conditions adéquates, qui supposent :

- 1- Des contrats suffisamment standardisés ;
- 2- Des observations suffisamment nombreuses de sinistres (*la statistique ne permet pas de traiter les risques extrêmes*) ;
- 3- Des produits ou les sinistres ne se produisent pas par vagues (*la statistique demande une certaine indépendance entre les observations*) ;

Des bases de données sur les sinistres passés des divers assurés, conservant en mémoire les contrats antérieurs même arrivés à échéance, permettent de reconstituer les historiques individuels, conservant les dates précises de remboursement de sinistres, notamment pour les cas de contestations.

3. Les différentes branches de l'assurance

3.1. Segmentation des produits d'assurances

En Algérie, la segmentation de l'activité d'assurance repose principalement sur la distinction entre assurance de personnes d'une part et assurance dommages d'autre part. Et cela conformément à l'art. 203. (*modifié par l'art. 23 L 06-04*) de la loi Ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée par la Loi n°06-04 du 20 Février 2006.

3.1.1. L'assurance de personnes

Les assurances de personnes ont pour objet le versement de prestation en cas d'événement affectant la personne même de l'assuré.²⁶ Elle concerne la protection de la vie humaine. Les assurances sur la vie ne sont pas soumises au principe indemnitaire ; puisque la valeur pécuniaire de la personne humaine ne peut être fixée. On applique le principe forfaitaire. Ce type d'assurance englobe :

- Les assurances individuelles (*accident et maladie*) ;
- Les assurances sur la vie et le décès.

²⁶ Couilbault-Di Tommaso huberty « *les grands principes de l'assurance* » 13^{ème} édition p.62.

3.1.2. L'assurance de dommage

Les assurances de dommage ont pour objet d'indemniser l'assuré en cas d'un sinistre provoquant des pertes dans ses biens matériels ou son revenu (*immatériel ou incorporel*) ou encore les pertes occasionnées à un tiers.²⁷

Ce type d'assurance se subdivise en deux catégories :

- L'assurance de choses : garantissant les biens appartenant à l'assuré (*garantie directe du patrimoine*) ;
- L'assurance de responsabilités : garantissant les dommages que l'assuré peut occasionner à des biens appartenant à des tiers (*garantie indirecte du patrimoine de l'assuré puisque ce dernier n'a pas à prélever les sommes nécessaires à la réparation*) ;²⁸
- Les assurances de dommages sont les assurances : automobile ; IRD (*Incendies, Risques Divers*), agricole, transport et assurance crédits.

3.1.2.1. L'assurance automobile

A pour objectif principal de garantir le conducteur d'un véhicule automobile contre les conséquences des dommages matériels ou corporels causés par son véhicule à des tiers (*responsabilité civile*). C'est une assurance obligatoire.

L'assurance automobile peut inclure également, selon les modalités du contrat d'assurance souscrit, des garanties complémentaires facultatives couvrant par exemple les dommages matériels pour les véhicules assurés comme vol, la brise de glace, incendie et les dommages corporels du conducteur.²⁹

a- Les différents types de garanties en assurance automobile

- **La garantie obligatoire** : il s'agit de la garantie de la responsabilité civile (RC) automobile pour les dommages corporels et matériels causés à autrui, elle est obligatoire sur toute personne physique ou morale, hormis l'Etat, dont la responsabilité civile peut être engagée du fait de l'utilisation d'un véhicule terrestre à moteur pouvant transporter des personnes ou des choses (*les voitures, camions, autocars, motos, tracteurs, engins de chantiers, engins agricoles...*), les chemins de fer et tramways ne sont pas soumis à cette obligation ;
- **La garantie facultative** : il s'agit des garanties que l'assuré peut souscrire à son choix et qui s'ajoutent à l'assurance obligatoire afin de satisfaire un besoin qui dépasse le cadre de

²⁷ Couilbault f, Eliashberg C, Iatras M. *Op.cit*, p.62.

²⁸ *Idem*.p.35.

²⁹ Voir CCSF, Glossaire des assurances, juin 2010, p .24.

la garantie légalement exigée. Les principales garanties facultatives concernant les dommages au véhicule sont les suivantes :

- Le dommage collision : Elle garantit les dommages résultant d'une collision survenant hors des garages remises ou propriétés, occupés par l'assuré, entre le véhicule assuré, et soit un piéton identifié soit un véhicule ou un animal domestique appartenant à un tiers identifié ;
- Bris de Glace La société garantit l'assuré contre les dommages causés au pare-brise, lunette arrière, glaces latérales du véhicule. Cette garantie s'exerce que le véhicule soit en mouvement ou à l'arrêt. L'indemnisation des glaces étoilées ou fêlées, interviendra après réparation et constatation par l'intermédiaire qui apportera sur le rapport d'expertise la mention " *Dommages Réparés* " ;³⁰
- Vol du Véhicule : En cas de vol ou tentative de vol du véhicule assuré, sont couverts au titre de la garantie vol les dommages résultant de sa disparition ou de sa détérioration à l'exclusion des dommages indirects et les frais engagés par l'assuré, légitimement ou avec l'accord de l'assureur, pour sa récupération. Sont couverts les pneumatiques, accessoires et pièces de rechange fournies avec le véhicule ;
- Garanties incendies-explosion : elle couvre les dommages causés par un incendie, par une explosion ou par la foudre au véhicule de l'assuré, cette garantie peut s'étendre aux dommages causés aux accessoires non prévus par le constructeur et aux objets transportés à concurrence d'une somme prévue aux conditions particulières ;
- Le dommage tous accidents (*tous risques*) : elle couvre les dommages qui peuvent atteindre le véhicule hors circulation et en circulation à la suite du versement de ce véhicule ou d'un choc avec un corps fixe (*mur, arbre*) ou mobile (*voiture animal, piéton*). L'indemnisation se fait sans tenir compte des responsabilités.

3.1.2.2. L'assurance incendie

La garantie incendie couvre tous les dommages causés par le feu conformément aux clauses du contrat et stipulé aux conditions particulières et qui englobe tout matériel quel que soit, comme les biens immobiliers, mobiliers, matériel industriel, marchandises... etc.

Aussi, la garantie des dommages immatériels résultant d'un incendie sont aussi couverts par l'assurance, comprenant la privation de jouissance dans le cas d'une valeur locative ou de propriété privée. S'ajoute a cela, d'autre sources de dommage assimilés a cette

³⁰ Charvin, R. Guesmi, A. « *L'Algérie en mutation les instruments juridiques de passage à l'économie de marché* », ed. L'armatha, 2002

garantie et qui prennent la forme d'une chute de foudre, d'explosion de toute nature et notamment celle de gaz.

Une autre forme de garantie introduite dans les années 80 pour les contrats incendie est la garantie CAT NAT (*catastrophe naturelle*) qui a été étendue ensuite à l'ensemble des contrats d'assurance dommage par l'ordonnance 95-07 de 1995 et la création du fond d'indemnisation des victimes des calamités naturelle.

3.1.2.3. L'assurance agricole

Le contrat d'assurance agricole est un contrat par lequel un agriculteur, moyennant une prime se voit indemnisé pour tous les dommages au contrat qui touche son entreprise (*bâtiment, instrument agricole, bris de machine, pertes d'exploitation, d'animaux, responsabilités civile...*).

Elle a pour but de :

- Préserver le patrimoine agricole et rural ;
- Assurer un revenu minimum ;
- Pérenniser l'activité ;
- assurer la solvabilité de l'agriculteur/banque ;
- assurer la sécurité alimentaire ;
- Stabiliser l'économie du pays.

3.1.2.4. Assurance transport

Il s'agit en premier lieu de la faculté maritime assurant le transport par voie marine et relevant du droit commercial international. L'assurance transport comporte aussi d'autres formules d'assurance telle que la faculté aérienne et terrestre.

Concernant la garantie faculté maritime, il conviendra de distinguer entre l'assurance des marchandises transportées et les navires marchands, par la souscription d'une assurance tout risque et d'assurance dite FAP SAUF.

L'assurance tout risque signifie que les biens assurés sont couverts tout au long du transport jusqu'à l'arrivée chez leurs propriétaires. Dans l'assurance FAP SAUF, la garantie ne s'exerce que pendant le trajet reliant le transport de la marchandise d'un port d'envoi au port de réception.

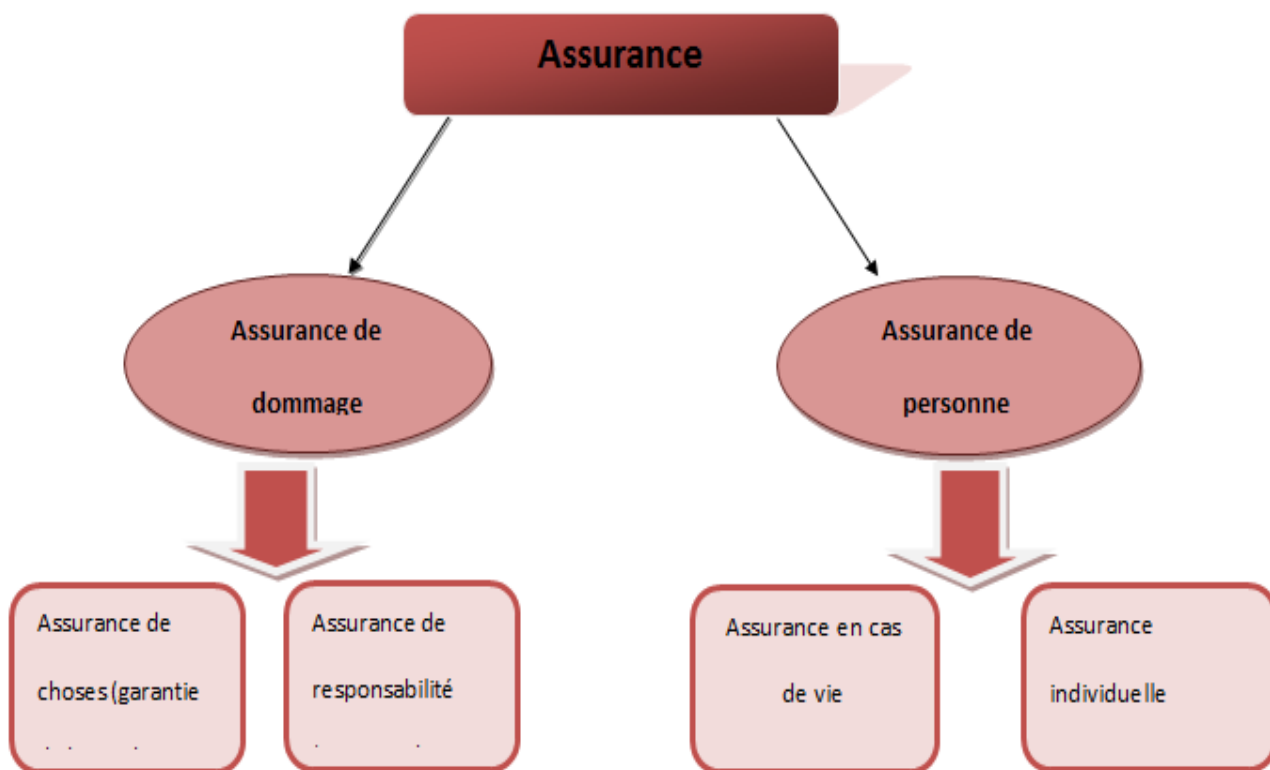
3.1.2.5. Assurance-crédit

Est une assurance particulière destinée à garantir les entreprises contre les risques de défaut de paiement. Elle s'applique sur les créances commerciales pour protéger la société en cas d'impayés.

3.2. Les assurances gérées par répartition

La répartition est une technique par laquelle un assureur répartit entre les assurés la masse des primes payées par l'ensemble des membres de la mutualité durant un exercice, qui est souvent l'année. Ce système faisait l'objet surtout des systèmes publics d'assurance ou toutes les catégories cotisent pour une même caisse d'assurance. *(Elles sont généralement destinées aux assurances de dommages).*

Figure 01 : Schéma récapitulatif sur les typologies des assurances



Source : établie par nos soins

Conclusion

L'assurance a connu de constants développements au cours des siècles passés et ceux-ci se sont considérablement accélérés au XXe siècle. Elle en connaîtra d'autres dans l'avenir. Mais une chose est sûre, c'est que le besoin fondamental de l'homme de protéger sa personne, sa famille, et ses biens contre les risques auxquels ils sont exposés ne changera pas.

Ces risques ne font que croître dans les sociétés modernes. L'assurance reste donc une solution irremplaçable pour protéger les hommes et leurs patrimoines. Le prochain chapitre tentera de présenter ce secteur dans le contexte Algérien.

Introduction

Avant 1830 les Algériens vivaient en communauté et c'était le principe de solidarité et d'entraide qui prédominait. Pendant toute la période coloniale, l'assurance en Algérie s'est confondue avec l'évolution de l'assurance en France. Cela conduit après l'indépendance à l'héritage des lois et des règlements antérieurs qui n'ont pas été abrogés qu'en 1975. Après cette période, de nouvelles lois sont apparues permettant à l'assurance de connaître un nouveau sort. Mais malgré cela, ce secteur qui peut contribuer au financement du développement accuse un retard considérable par rapport au reste du monde.

Notre travail dans ce chapitre est divisé en deux sections, la première présente un aperçu historique de l'assurance en Algérie ainsi que ses intervenants dans le marché, la deuxième présente les conditions, les obligations et les règles prudentielles d'exercice d'activité.

Section 01 : Aperçu historique de l'assurance en Algérie**1. Évolution historique du marché assurantiel en Algérie**

Pendant toute la période coloniale, l'assurance en Algérie s'est confondue avec l'évolution de l'assurance en France. Cela conduit après l'indépendance à l'héritage des lois et des règlements antérieurs qui n'ont été abrogés qu'en 1975. Après cette période, de nouvelles lois sont apparues permettant à l'assurance de connaître un nouvel essor.

1.1. La période coloniale

Cette période était caractérisée par le monopole des compagnies françaises sur le secteur d'assurance en Algérie. Cela se confirme en 1861 par la création d'une mutuelle incendie spécialisée pour l'assurance en Algérie et dans les colonies. Afin de répondre à la demande des colons-agriculteurs, des mutuelles sont constituées ; c'est le cas de la Mutuelle Centrale Agricole, en 1933, qui fait partie de la Caisse Centrale de Réassurance des Mutuelles Agricoles laquelle a été créée en 1907 et qui regroupe les mutuelles de Tunisie, du Maroc et d'Algérie.

Des textes métropolitains ont été adoptés par le législateur pour réglementer l'assurance en Algérie³¹ dont les principaux sont :

- La loi du 13 juillet 1930, réglementant l'ensemble des contrats d'assurance terrestres ;
- Le décret du 14 juin 1938, unifiant le contrôle de l'État sur toutes les sociétés d'assurance ;

³¹ CHEIKH, Bouaziz. « *L'histoire de l'assurance en Algérie* ». [En ligne], Octobre 2013, Format PDF. Disponible sur le site <http://www.revueassurances.ca/wp-content/uploads/2013/12/06-Cheikh.pdf>.

- La loi du 25 avril 1946, relative à la nationalisation de 32 sociétés d'assurance et à la création d'une Caisse Centrale de Réassurance, d'une École Nationale d'Assurances et d'un Conseil National des Assurances.

1.2. La période après l'indépendance

Juste après l'indépendance, les opérations d'assurance étaient pratiquées par 270 entreprises françaises dont 30% avaient leurs sièges à l'étranger. L'évolution de l'assurance s'est effectuée progressivement à travers les étapes suivantes :

▪ 1^{ère} étape 1962-1966

Cette étape est caractérisée par :

- Le monopole exercé par les compagnies d'assurance étrangères, surtout françaises, sur ce secteur. L'absence de cadres nationaux et de législation propre à l'Algérie pouvant assurer le fonctionnement et le contrôle des sociétés d'assurance ;
- L'Institution de la réassurance obligatoire pour les opérations d'assurance effectuées en Algérie à travers la création de la Caisse Algérienne d'Assurance et de Réassurance (CAAR) par la loi n° 63-197 du 8 juin 1963, obligeant toutes les sociétés d'assurance de céder une part de 10% des primes encaissées ;³²
- La loi n° 63-201 du 8 juin 1963 exigeant des entreprises d'assurance, sans distinction de nationalité, des garanties qui se traduisaient par :
 - Le contrôle et la surveillance par le ministère des Finances de toutes les compagnies d'assurance ;
 - L'agrément par le ministère des Finances, que devait demander toute compagnie d'assurance étrangère désirant exercer ou continuer leurs activités en Algérie.
- Création de la Société Algérienne d'Assurance (SAA) par l'arrêté de 12 décembre 1963 dont 39 % du capital détenu par les Égyptiens ;
- La création de la Mutuelle Algérienne d'Assurance des Travailleurs de l'Éducation et de la Culture (MAATEC) par l'arrêté du 29 décembre 1964 ;
- L'agrément par l'arrêté de janvier 1964 de 14 compagnies étrangères, dont 6 françaises, 3 britanniques, 1 italienne, 1 américaine, 1 indienne, 1 zélandaise, 1 tunisienne, la STAR qui parvient à contrôler 25 à 30 % du marché.

³² BENILLES, B. « L'évolution du secteur Algérien des assurances, in colloque international sur Les sociétés d'Assurances Takaful et les sociétés d'assurances Traditionnelles Entre la Théorie et l'Expérience Pratique », Université Ferhat Abbas.

▪ 2^{ème} étape 1966-1975

C'est durant cette période que le monopole de l'État était institué ; l'exploitation de toutes les opérations d'assurance est désormais réservée à l'État par l'intermédiaire des entreprises nationales. Par conséquent l'article 2 de la loi 63-201 devenait caduc. Parmi les 17 sociétés qui existaient en 1966, une seule a été nationalisée, à savoir la SAA, par l'ordonnance n° 66-129 du 27 mai 1966, alors que toutes les autres entreprises ont été liquidées, à l'exception de celles qui ont la forme mutuelle :

- Caisse Nationale d'Assurance et de Réassurance CAAR ;
- Caisse Nationale des Mutualités Agricoles CNMA ;
- Mutualité Algérienne d'Assurance pour Travailleurs de l'Éducation et de Culture MAATEC. L'assurance, qui était régie par l'ancienne législation française, a été abrogée dès le 5 juillet 1975 par l'ordonnance 72-29 du 5 juillet 1973.³³

▪ 3^{ème} étape 1975-1988

Cette période se décrit par :

La spécialisation des entreprises d'assurance, en indiquant pour chacune d'elles les risques à couvrir :

- La CAAR, spécialisée dans les assurances des gros risques et de transport, cela permettant la création de la caisse d'assurance totale spécialisée dans l'assurance du transport terrestre, maritime et aérien ;
- La SAA, spécialisée dans les petits risques, qui sont cependant générateurs d'une épargne importante, à savoir : l'automobile, le vol, les bris de glaces, les dégâts des eaux, les multirisques d'habitation, les assurances de personnes, l'incendie et l'explosion (*risque simple*).

La loi 80-07 qui propose essentiellement l'amélioration de la protection de l'assuré et autres bénéficiaires de l'assurance et l'assouplissement de la procédure d'indemnisation.

La naissance de la Compagnie Algérienne de l'Assurance Transport CAAT par le décret n° 85-82 d'avril 1985.³⁴

▪ 4^{ème} étape 1988-1995

Elle se caractérise par :

- Les transformations ou les réformes apportées au secteur des assurances en 1988 entraînent la concurrence entre les compagnies existantes : la SAA, CAAR, CAAT, MAATEC et la CNMA ;

³³Bouaziz Cheikh, Op.cit. pp.286-287.

³⁴ *Idem*.

- La promulgation de la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit constitue un dispositif législatif pour la transition vers l'économie de marché et a permis au secteur des assurances de connaître un nouvel essor.

- **5^{ème} étape 1995 à nos jours**

L'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995 supprime le monopole de l'État sur le marché d'assurance, permettant la naissance des compagnies privées. Cette ordonnance a aussi entraîné la réduction de nombre de garanties dont la souscription est obligatoire. C'est ainsi que la liste ne comprend plus principalement que les assurances de responsabilité civile visant à garantir le paiement des réparations des victimes d'accidents, à l'exception du secteur public lequel demeure concerné par l'assurance incendie obligatoire.

Une assurance obligatoire (*Cat-Nat*) contre les catastrophes naturelles a été mise en application au début de septembre 2004, conformément à l'ordonnance présidentielle n° 03-12 du 26 octobre 2003 adoptée le 7 octobre 2003 par l'assemblée populaire nationale (APN) et le 14 du même mois par le sénat, ainsi que par le conseil des ministres. Le système de contrôle des assurances reste à parfaire du fait de faiblesses qui sont à l'origine de la loi adoptée le 17 janvier 2006 par l'assemblée populaire nationale.

Son objectif est de soutenir le développement de l'assurance en général et l'assurance de personnes en particulier pour en faire un instrument du développement économique et social du pays. Pour accélérer la libéralisation du marché, la loi autorise désormais les opérateurs étrangers à installer des succursales en Algérie. Les produits d'assurance pourront être vendus par des guichets bancaires et d'autres canaux de distribution qui devaient être précisés ultérieurement. Avec cette loi, le secteur ouvre ses portes toutes grandes.

2. Les intervenants dans le marché algérien des assurances

Sur le marché de l'assurance, on distingue la compagnie d'assurances et les intermédiaires (*agent et courtier*) et les institutions autonomes qui régulent le secteur.

Le cadre institutionnel du Marché Algérien des assurances est composé de trois institutions autonomes : le conseil national des assurances (CNA), la commission de supervision des assurances (CSA) et la central des risqué (CR). D'autres acteurs, interviennent dans le marché algérien des assurances, qui sont : les assureurs, les courtiers et les banques. Tous ces intervenants sont sous la tutelle du ministère des finances.³⁵

³⁵ BENILLES, Billel. « *Colloque international sur l'évolution des secteurs algérienne des assurances* », université Ferhat Abbas, 2011. p.6.

2.1. Le ministère des finances

Les sociétés d'assurance et/ou de réassurance ne peuvent exercer leurs activités qu'après avoir obtenu l'agrément auprès du ministère des finances. Le ministère veille à la protection des droits des assurés et des bénéficiaires des contrats d'assurance, à la solidité de la situation financière des entreprises d'assurance et de réassurance ainsi qu'à leur capacité à honorer leurs engagements.

De ce fait, le ministère des finances a un rôle de régulateur et a pour mission de protéger les droits des assurés et veiller à ce que les entreprises d'assurance et de réassurance honorent leurs engagements et respectent les réglementations en vigueur. Il intervient dans le contrôle des entreprises d'assurance et de réassurance et des professions liées au secteur, dans le suivi de l'activité du secteur et supervise toutes les questions d'ordre juridique et technique se rapportant aux opérations d'assurance et de réassurance, de la préparation des textes aux études touchant au développement et à l'organisation du secteur.³⁶

2.2. Les institutions autonomes

Les institutions autonome en Algérie se composent de :

2.2.1. Le Conseil Nationale des Assurances «CNA»

Présidé par le ministère des finances, le CNA peut être présenté comme suit : «*Cadre de concertation entre les diverses parties impliquées dans l'activité de l'assurance : les assureurs et intermédiaires d'assurance, les assurés, les pouvoirs publics et enfin le personnel exerçant dans le secteur. Mais aussi comme force de réflexion et de proposition, organe consultatif des pouvoirs publics et centre de conception et de réalisation des études techniques*».³⁷

A travers les travaux scientifiques qu'il entreprend et les recommandations qu'il présente aux décideurs, le CNA apparaît comme un instrument très important dans la détermination de la politique générale de l'État en matière d'assurance.

2.3. La Commission de Supervision d'Assurance «CSA»

C'est l'organe qui exerce le contrôle de l'État sur l'activité des assurances.

Elle a pour objet³⁸ :

- Protéger les intérêts des assurés et bénéficiaires de contrat d'assurance, en veillant à la régularité des opérations d'assurance ainsi qu'à la solvabilité des sociétés d'assurance ;

³⁶ Voir le guide des assurances en Algérie. Alger, 2009. Op.cit., p.119.

³⁷ Voir le KPMG : guide des assurances en Algérie, édition 2015, p.15.

³⁸ *Idem* p. 19.

- Promouvoir et développer le marché national des assurances en vue de son intégration dans l'activité économique et sociale.

La commission peut également restreindre l'activité d'assurance dans une ou plusieurs branches, restreindre ou interdire la libre disposition des éléments de son actif ou encore désigner un administrateur provisoire. La commission est aussi habilitée à demander aux sociétés d'assurance la mise en place d'un dispositif de contrôle interne et d'un programme de détection et de lutte contre le blanchiment d'argent.

2.4. La centrale des risques

Les sociétés d'assurance et les succursales des sociétés d'assurance étrangères doivent fournir à la centrale des risques les informations nécessaires à l'accomplissement de ses missions. Le décret exécutif n°07-138 précise les contours de sa mission : la centrale des risques collecte et centralise les informations relatives aux contrats d'assurance et de réassurance et les succursales d'assurance étrangères. Toutes sociétés d'assurance doivent lui déclarer les contrats qu'elles émettent, la centrale les informe de toutes pluralités d'assurance de même nature et pour un même risque.

3. Les assureurs

Ils se divisent en l'assurance directe, les mutuelles, et les assurances spécialisées

3.1 L'assurance directe

On trouve quatre sociétés publiques et sept sociétés privé

Les quatre compagnies publiques d'assurance sont :

- La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance (CAAR) : c'est la plus ancienne compagnie d'assurances de dommages opérante sur le marché, elle a été créée le 08 juin 1963 soit une année après l'indépendance. Elle a été chargée de récupérer une partie du marché national. Actuellement, elle pratique toutes les opérations d'assurance sans distinction ;
- La Société Algérienne d'Assurance (SAA) : Avant l'indépendance, la SAA était une société d'économie mixte, Algéro-Egyptienne nationalisée par l'ordonnance N°66129 du 29 Mai 1966. Elle a été créée le 12 décembre 1963 elle est classée au premier rang des compagnies d'assurances de dommages en Algérie en 2012, où elle détient 28% de part du marché ;
- La Compagnie Algérienne des Assurances Transport (CAAT) : Spécialisée aussi dans les assurances de dommages, Elle a été créée le 30 avril 1985, après la restructuration de la CAAR qui a donné naissance à une compagnie chargée des opérations d'assurance liées au

transport maritimes, aériens et terrestres. Elle a commencé à exercer ses activités dès le mois de janvier 1986 ;

- La Compagnie d'Assurance des Hydrocarbures (CASH) : Elle a été créée le 04 octobre 1999, elle est spécialisée dans les assurances de dommages, ces actionnaires sont : La SONATRACH (64%), NAFTAL (18%), la CAAR (18%) et la CCR (6%) .³⁹

Les sept compagnies privées d'assurance sont :

- **La Compagnie Internationale d'Assurance et de Réassurance (CIAR)** : Créée le 15 février 1997, elle appartient au groupe Algérien Soufi. La CIAR est la première société privée spécialisée dans les assurances de dommages ;
- **Alliance Assurances** : Elle appartient au groupe Algérien Khelifati et a été créée le 30 avril 2005 ;
- **La Générale Assurance Méditerranéenne (GAM)** : Elle a été créée le 10 septembre 2002 mais devenue la propriété d'un des groupes financiers Africains les plus puissants le fonds d'investissement ECP (*Emerging Capital Partners*) depuis 2007. Elle est spécialisée dans les assurances de dommage ;
- **SALAMA Assurances** : Elle a été créée le 13 avril 1999 elle est filiale du groupe international d'assurance et de réassurance SALAMA ISLAMIC ARAB INSURANCE COMPAGNY et est spécialisée dans les produits « *Takaful* » ;
- **La Trust Algerian Assurances et Réassurances** : est une société par actions créée en 1997 dans le cadre de l'Ordonnance 95 – 07 du 25 Janvier 1995, elle a débuté son activité le 28 février 1998 en tant que 1ère compagnie privée algérienne, suite à l'obtention de son agrément en date du 18 novembre 1997 et pratique l'ensemble des opérations d'assurance et de réassurance.⁴⁰ Aujourd'hui, la Trust Assurances Algeria dispose d'un actionnariat constitué à 100% d'investisseurs étrangers, suite aux rachats des parts de la CAAR et la CCR en 2007. Ce dernier est réparti comme suit : TRUST INTERNATIONAL (77.5%) QATAR GENERAL INSURANCE (22.5%). A fin 2016, Trust Assurances clôture son bilan avec un actif considérable dépassant les 8 milliards DA. Les actifs du groupe s'élèvent quant à eux à plus de 6 milliards \$;
- **L'Algérienne des assurances (2A)** : elle appartient au groupe Algérien Rahim. Elle a été créée le 06 mai 1997, Elle pratique toutes les opérations d'assurance et de réassurance ;

³⁹ Sadi, N.H. « *L'évolution du secteur des assurances en Algérie, depuis l'indépendance, in Colloque International - Algérie : cinquante ans d'expériences de développement Etat* » -Economie-Société, CREAD, 2012.

- **AXA** : Elle a été créée le 03 octobre 2011, elle est spécialisée dans l'assurance de dommages comme son nom l'indique. La stratégie d'AXA est de se positionner en Algérie comme un assureur généraliste, ou les activités sont développées aussi bien sur le marché de l'assurance dommage avec un capital social de 2 milliards de dinars ainsi que sur le marché de l'assurance de personnes avec un capital social de 1 milliard de dinars.
- **Les nouvelles compagnies spécialisées dans l'assurance de personnes**
 - **CARDIF EL DJAZAIR** : Filiale de BNP Paribas, elle a été créée le 13 septembre 2007 et c'est une société de droit algérien, Elle a pour objectif de promouvoir l'activité liée à l'assurance et à la prévoyance ;
 - **CARAMA** : Filiale de la CAAR, elle a été créée le 17 avril 2011 avec un capital social d'1 milliard de dinars ;
 - **TALA TAAMINE LIFE ALGERIE** : Filiale de la CAAT, elle a été créée le 17 avril 2011, dotée d'un capital social d'1 milliard de dinars ;
 - **SAPS** : Elle est le fruit de collaboration entre la SAA et la MACIF, elle a été créée le 17 avril 2011, son capital social s'élève à 1 milliard de dinars.
 - **MACIR VIE** : Filiale de la CIAR, elle a été créée le 11 Aout 2011, son capital social est de 1 milliard de dinars ;
 - **AXA ASSURANCES DE PERSONNES** : Elle a été créée le 02 novembre 2011, elle est spécialisée dans les assurances de personnes, son capital social est de 1 milliard de dinars comme nous l'avons cité plus haut ;
 - **LE MUTUALISTE** : Filiale de la CIAR, Elle a été créée le 05 janvier 2012, elle est dotée d'un capital social d'1 milliard de dinars.

3.2. Les mutuelles d'assurances

Les mutuelles d'assurance sont au nombre de deux (2) : la CNMA et la MAATEC

- **La Caisse Nationale de Mutualité Agricole (CNMA)** : Créée le 02 décembre 1972 et offre essentiellement à l'exploitant agricole un éventail de garanties contre les différents événements climatiques, contre certaines maladies animales et contre divers risques encourus par l'exploitant ;
- **La Mutuelle Algérienne d'Assurance des Travailleurs de l'Education Nationale et de la Culture (MAATEC)** : C'est la première mutuelle Algérienne, elle a été créée le 10 décembre 1964 et est autorisée à pratiquer les opérations d'assurance relatives : aux risques de tout nature résultant de l'emploi de tous véhicules terrestres à moteur autres

que ceux utilisés dans les transports en commun et transports publics, ainsi que les Multirisques-habitation.

3.3. Les compagnies d'assurances spécialisées

- **La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX):** Elle a été créée le 10 janvier 1996, elle est spécialisée dans l'assurance des crédits à l'exportation ;
- **La Société de Garantie du Crédit Immobilier (SGCI) :** Elle a été créée le 05 novembre 1997, elle est spécialisée dans l'assurance des crédits à l'immobilier

4. Les compagnies de Réassurances

Il n'existe qu'une seule compagnie dédiée exclusivement à la réassurance : la Compagnie Centrale de Réassurance (CCR), elle a été créée le 01 octobre 1973 et elle propose la réassurance dans les branches marine, non marine et transport. La CCR assure également pour le compte de l'état, la gestion du programme national des catastrophes naturelles (CAT-NAT) qui a été mis en place après le séisme du 21 mai 2003.

5. Les banques

L'Algérie s'est ouverte à la bancassurance en vertu de 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. Les produits d'assurance concernés sont limités à cette liste :⁴¹

- Les assurances crédits ;
- Les assurances de personnes ;
- Les assurances des risques simples d'habitation ;
- Les assurances agricoles.

La période 2008 à 2010 a été marquée par la concrétisation de plusieurs accords de bancassurance :

- 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 Rural (BADR) ;
- Le groupe bancaire BNP Paribas, via sa filiale Cardif, s'est associé avec la CNEP Banque pour créer une filiale commune dans la bancassurance ;

⁴¹ B. Tafiani « *Les assurances en Algérie* », Ed : OPU et ENAP, Alger, 1987, P 27.

- La CAAT et la CAAR ont loué un partenariat avec la Banque Extérieure d'Algérie (BEA) en mai.

6. Les agents généraux

L'agent général d'assurance est une personne physique qui représente une ou plusieurs sociétés d'assurances, en vertu d'un contrat de nomination portant son agrément en cette qualité.

L'agent général, en sa qualité de mandataire, mis :

- D'une part, à la disposition du public sa compétence technique, en vue de la recherche et de la souscription du contrat d'assurance pour le compte de son mandat ;
- D'autre part, à la disposition de la société qu'il représente, ses services personnels et ceux de l'agence générale, pour les contrats dont la gestion lui est confiée.

7. Les courtiers d'assurances

Un courtier est une personne physique ou morale admise à présenter des opérations d'assurance, dont l'activité consiste à mettre en relation des assureurs et des assurés en vue de la souscription de produits d'assurance selon le meilleur rapport qualité/prime.⁴²

Les courtiers (*exclusivement nationaux*) exercent leur mission dans des cabinets de courtage.

La profession de courtier n'est soumise à aucun statut particulier mais régie selon des usages dont la reconnaissance de l'existence et l'application relèvent du pouvoir souverain des juges du fond. Bien que juridiquement indépendant des compagnies d'assurance, un courtier doit être agréé par une société pour négocier, avec elle.

Son rôle est d'être le conseiller des assurés, dont il est le mandataire, en mettant au point des contrats qu'il négocie pour leur compte avec les sociétés d'assurance. Ils sont principalement rémunérés à la commission, par la société d'assurance, sur le contrat qu'ils apportent.

8. Les métiers auxiliaires

Pour le bon fonctionnement des compagnies d'assurances, ces dernières font appel à d'autres professions libérales telles que les médecins, les formateurs et les auditeurs d'assurance.

Mais la profession la plus sollicitée dans le domaine reste la profession d'expert, où la plupart des entreprises sous-traitent une partie de la gestion des sinistres à ces derniers, qui sont chargés d'évaluer le montant des dommages, ainsi que la recherche des causes des sinistres dans les branches les plus techniques.

⁴² YEATMAN, Jérôme. *Op.cit.*, P.237.

Le métier d'expert en assurance reste souvent exercé à titre individuel sous forme de profession libérale, comme il peut être exercé par un groupement de professionnels dans des entreprises spécialisées.

On compte un nombre de 510 experts sur le territoire national avec une nette prédominance dans les régions du nord du pays avec plus de 200 experts sur le centre.

Il existe aussi deux sociétés d'expertises, filiales des sociétés publiques qui sont :

- La SAE EXACT, filiale de la SAA et possédant 25 centres d'expertises dans le pays ;
- EXAL, qui est une filiale de la CAAR et de la CAAT.

Tableau N°01 : Les compagnies d'assurances et de réassurances

Domaine	Compagnie	secteur
ASSURANCES DOMMAGES (13 COMPAGNIES)	CAAR	PUBLIQUE
	CAAT	PUBLIQUE
	SAA	PUBLIQUE
	CASH	PUBLIQUE
	2A	PRIVÉE
	ALLIANCES ASSURANCES	PRIVÉE
	CIAR	PRIVÉE
	GAM ASSURANCES	PRIVÉE
	SALAMA ASSURANCE	PRIVÉE
	TRUST ASSURANCES	PRIVÉE
	CNMA	MUTUELLE
	MATEC	MUTUELLE
	AXA ASSURANCES	MIXTE
ASSURANCES DE PERSONNES (08 COMPAGNIES)	CAARAMA ASSURANCES	PUBLIQUE
	TALA ASSURANCES	PUBLIQUE
	LE MUTUALISTE	MUTUELLE
	ALGERIENNE VIE	MIXTE
	AMANA ASSURANCES	MIXTE
	AXA ASSURANCE	MIXTE
	MACIRVIE	PRIVÉE
	CARDIF AL DJAZAIR	PRIVÉE
ASSURANCE SPECIALISEES CRÉDIT (02 COMPAGNIE)	CAGEX	PUBLIQUE
	SOCIÉTÉ DE GARANTIE CRÉDIT IMMOBILIER	PUBLIQUE
COMPAGNIE DE RÉASSURANCES	CCR	PUBLIQUE

Source: L'ordonnance 95-07 relative aux assurances et l'union algérienne des sociétés d'assurances et de réassurances (UAR).

Section 2 : Les conditions, les obligations et les règles prudentielles d'exercice d'activité

1. Les conditions de formes

L'agrément des sociétés d'assurances peut se définir comme étant une « autorisation préalable demandée par les entreprises d'assurances nationales et étrangères pour pouvoir présenter des opérations d'assurances sur le territoire national. ⁴³

Les modalités de demande d'agrément sont fixées par l'ordonnance 95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances, qui accorde la possibilité d'implantation sur le marché algérien pour toute entreprise se constituant en société d'assurance de droit algérien, en succursales des sociétés étrangères ou en mutuelles d'assurance, ainsi que la possibilité de se constituer en bureau de représentation à partir de 2007.

Les conditions de constitutions des sociétés d'assurances obéissent à la nature des activités, d'où la condition de délivrance d'agrément qui est soumis à la distinction entre l'assurance de dommage de toute nature, et de l'assurance vie portant sur la vie humaine, l'état de santé, l'intégrité physique des personnes, l'assurance capitalisation ainsi que l'assistance aux personnes.

L'octroi d'agrément par le ministère des finances est régit par le décret 96-267 relatif aux modalités d'octroi d'agrément aux sociétés d'assurances, complété et le décret 07-152 du 22 mai 2007 désignant la composition du dossier d'agrément qui comporte les documents suivants :

- Une demande portant en objet la désignation de l'opération d'assurance à pratiquer ;
- Le procès-verbal de l'assemblée générale constitutive de la société ;
- Une copie de l'acte constitutif de la compagnie d'assurance ;
- Un document montrant la libéralisation du capital ;
- Un exemplaire des statuts ;
- La liste des dirigeants principaux et des administrateurs ;
- La signature d'une lettre d'engagement par l'un des administrateurs (*directeur général*) ;
- Un extrait du casier judiciaire pour chaque fondateur et administrateur de la société ;
- Un exemplaire des polices et imprimés destinés au marché ;
- Un exemplaire des tarifs pour chaque branche faisant l'objet de demande d'agrément ;

⁴³ F. COUILBAULT, C. ELIASHBERG, M. LATRASSE, « *les Grands Principes de l'Assurance* » éd L'ARGUS 2003. P. 139.

- Un plan prévisionnel pour les trois premiers exercices comportant les informations suivantes :
 - Les prévisions relatives aux frais de gestion et aux primes et sinistres ;
 - La situation prévisionnelle de trésorerie ;
 - La capacité financière destinée à la couverture des engagements ;
 - Les prévisions relatives à la marge de solvabilité qui doit être conforme à la réglementation ;
 - Le plan de réassurance et enfin la liste et la qualité des réassureurs avec lesquels les entreprises d'assurances traitent.

1.1 La société

La constitution des sociétés d'assurances est conditionnée par deux formes autorisées sur le marché algérien, qui sont les sociétés par actions et les sociétés mutuelles. Le cadre juridique fixant les conditions de constitution des compagnies d'assurances est relative au droit commun des sociétés, et de la législation portant sur les assurances, désignant ainsi les spécificités de leurs activités et qui sont les suivantes :

- La désignation de la branche d'assurance sur laquelle l'entreprise d'assurance opte pour l'activité d'assurance (*entre assurance gommage et assurance vie*) ;
- La pratique exclusive de l'opération d'assurance et l'exclusion de toute autre activité commerciale ;
- La certification de la bonne moralité des dirigeants et des compétences dans le domaine ;
- La fixation du capital social ou du fond d'établissement en fonction des branches d'assurances désignées et sur lesquelles est demandé ;
- Concernant la forme mutuelle, cette dernière doit avoir une nature juridique à but non lucratif avec un minimum d'adhérents, qui ne peut être inférieur à 5000 personnes.

1.2 Le bureau de représentation

Une société d'assurance, avant toute décision de l'installer durablement en Algérie, peut choisir le bureau de représentation comme structure préalable. la loi relative aux assurances (*article 20 qu'inquiet-ajouté par la loi 06-04*) permet l'ouverture du bureau de représentation des sociétés d'assurances et/ou de réassurance et soumet cette ouverture à une autorisation délivrée par le ministère des finances.

L'arrêt d'application de cet article, en date du 28 janvier 2007, dispose que l'autorisation en cause porte sur le soutien des activités existantes de la société mère, la

recherche de relations d'affaires entre les opérateurs économiques et la société d'assurances et/ou de réassurance représentée.

Le dossier d'autorisation comprend :

- Une demande d'autorisation pour l'ouverture d'un bureau de représentation selon le spécimen à retirer auprès de la structure chargée des assurances au ministère des finances ;
- Un exemplaire des statuts de la société mère ;
- Un extrait du registre du commerce ou tout document officiel en tenant lieu ;
- La décision de nomination du responsable du bureau de représentation signée par la personne habilitée à engager la société mère ;
- Le curriculum vitae et tous documents justifiant des qualifications ;
- Un extrait du casier judiciaire des administrations et des dirigeants principaux de la société d'assurances et/ou de réassurance ;
- L'attestation de versement d'un montant en devises correspondant au minimum aux frais de fonctionnement annuels du bureau de représentation dans un compte en dinars convertibles (*CEDAC*) libellé en son nom.

1.3 La succursale

L'installation de succursales sur le territoire algérien est soumise à l'autorisation du ministère des finances après demande d'ouverture adressée par le président du conseil d'administration de la société d'assurance étrangère.

Le dossier de demande d'autorisation comporte les documents suivants :

- Un extrait des statuts de l'entreprise ;
- Un document justifiant l'agrément de la société dans le pays d'origine ;
- Un extrait du registre de commerce ;
- Un document justifiant le dépôt de garantie constitué auprès du trésor public, égal au capital minimum exigible ;
- Un extrait du casier judiciaire des deux dirigeants principaux de la succursale ;
- La justification des qualifications professionnelles des dirigeants ;
- La représentation de l'organisation interne de la succursale.

1.4 Autres conditions d'exercice des métiers de l'assurance

Les métiers de l'assurance sont tous soumis à la condition de nationalité. La nationalité algérienne est requise, en effet, aussi bien pour le courtier que les dirigeants

principaux de la société de courtage, l'agent général d'assurance, les experts, les commissaires d'avaries et les actuaires.

Autres représentants :

- Le courtage en assurance ;
- L'Agent général d'assurance ;
- Les experts, commissaires d'avarie et actuaires.

2 Obligations et règles prudentielles

2.1. Les obligations

Selon les dispositions légales l'assureur doit avoir le souci permanent d'établir une relation de confiance mutuelle avec sa clientèle, sur base du respect du contrat et des engagements qui y sont rattachés.

A ce titre, il doit répondre à l'attente de l'assuré par une prestation juste, efficiente et adaptée à ses besoins. Il doit, en outre, éviter tout comportement qui pourrait nuire ou porter préjudice aux intérêts des assurés. En tant que professionnel, il doit, lors de l'élaboration des contrats, s'attacher à éviter toute clause ambiguë, non apparente ou abusive et toute rédaction susceptible d'induire en erreur le contractant, en particulier lorsqu'il s'agit des clauses d'exclusion et déchéance.

S'agissant de l'exécution du contrat d'assurance, l'assureur doit, en respect de la charte déontologique des assureurs, répondre des pertes et dommages qui résultent de ces faits ou provenant de la faute non intentionnelle de l'assuré, ou causés par les personnes dont l'assuré est civilement responsable, en vertu des articles 134 à 136 du code civil, quelle que soit la nature et la gravité de la faute commise.

Il est tenu aussi des pertes et dommages causés par les choses ou les animaux dont l'assuré est civilement responsable, en vertu des articles 138 à 140 du code civil. Lors de la réalisation du risque assuré ou l'échéance du contrat, la prestation est déterminée par le contrat, il ne peut être tenu au-delà.

Dans le cas de contrat renouvelables par tacite reconduction et de par la loi, les droits et obligations de l'assureur sont les suivants :

- L'assureur est tenu de rappeler à l'assuré l'échéance de la prime moins un mois à l'avance, en lui indiquant la somme à payer et le délai de règlement ;
- L'assureur doit mettre en demeure l'assuré, par lettre recommandée avec accusé de réception, en vue, pour ce dernier, de payer la prime due dans les trente jours suivants, après l'expiration du délai légal accordé à l'assuré qui doit procéder au paiement de la prime due au plus tard dans les quinze jours de l'échéance ;

- Passé ce délai de trente jours, et sous réserve des dispositions concernant les assurances de personnes, l'assureur peut, sans autre avis, suspendre automatiquement les garanties, la remise en vigueur des garanties ne peut intervenir qu'après paiement de la prime due;
- L'assureur a le droit de résilier le contrat six jours après la suspension des garanties ;
- La résiliation doit être notifiée à l'assuré par lettre recommandée avec accusé de réception. En cas de résiliation, la portion de prime afférente à la période garantie reste due à l'assureur
- L'assurance non résiliée reprend pour l'avenir, ses effets le lendemain à midi du jour où la prime arriérée a été payée ;
- Vis-à-vis des tiers et des assurés, l'assureur doit veiller à ce aucun de ses préposés et/ou représentants ne puisse exploiter ni abuser de l'ignorance desdits assurés et bénéficiaires de contrat il doit veiller à la bonne compréhension par l'assuré de toutes les clauses contractuelles, en particulier de celles qui limitent les engagements des assureurs ;
- L'assureur doit mettre à la disposition du public des supports destinés à la présentation des produits, du réseau de distribution, des procédures d'indemnisation et de recours et de toute information utile, il doit, en particulier, s'abstenir de pratiquer toute publicité mensongère.

2.2 Les règles prudentielles

Se conformant au principe de règles prudentielles édictées par le législateur, les sociétés d'assurances doivent déclarer, trimestriellement, à la centrale des risques, les informations relatives aux contrats qu'elles émettent suivant les états modèles dument arrêtés par la loi. Ces informations doivent être communiquées à la centrale des risques dans le mois qui suit le trimestre d'inventaire.

En vertu de ces principes, les sociétés d'assurances doivent transmettre chaque année à l'administration de contrôle un dossier annuel relatif aux opérations effectuées au cours de l'exercice.

En application de l'article 225 de l'ordonnance n°95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances et d'un arrêté pris conformément à l'ordonnance, les sociétés d'assurances et/ou de réassurance ainsi que les intermédiaires doivent tenir les livres suivants :

- Un livre-journal sur lequel sont reportées les récapitulations périodiques de différentes opérations ;
- Un grand livre général dans lequel sont tenus tous les comptes ;
- Un livre des balances trimestrielles de vérification donnant au dernier jour de chaque trimestre la récapitulation des soldes de tous comptes ouverts au grand livre journal ;

- Des livres caisse, banque et CCP ;
- Un livre permanent des titres mobiliers immeubles et prêt ;
- Un livre des inventaires annuels. S’y ajoutent :
 - Un registre des contrats, reprenant tous les contrats d’assurances ;
 - Un registre des sinistres enregistrés ;
 - Un registre des opérations de réassurance ;
 - Les opérations de coassurance effectuées directement ou par l’intermédiaire d’un groupement de sociétés d’assurances doivent être, pour la quote-part souscrite, enregistrées par ordre chronologique.

Les intermédiaires d’assurance doivent tenir les livres et registres suivants :

- Un livre des disponibilités : caisse, banque, CCP ;
- Un registre des contrats ;
- Un registre des bordereaux de prime impayée ;
- Un registre des bordereaux de quittances retournées ;
- Un registre des bordereaux de sinistre réglés, Concernant les opérations souscrites par l’entremise d’intermédiaires, la société d’assurance doit tenir pour chacun d’eux :
 - Un registre des bordereaux de prises ;
 - Un relevé de compte ;
 - Autre règles auxquelles les sociétés d’assurances sont soumises :
- Les ressources du fonds de garantie des assurés sont constituées d’une cotisation annuelle des sociétés d’assurances dont le montant ne peut dépasser % des primes nettes d’annulation ;
- Les sociétés d’assurances doivent être en mesure de justifier, à tout moment l’évaluation des engagements réglementés qu’elles sont tenues de constituer. Ces derniers sont relatifs aux réserves, provisions et dettes techniques. Ils doivent être représentés par des actifs équivalents en bons, dépôt et prêt, valeurs mobilières et titres assimilés, actifs immobiliers et actifs ;
- Toute prise de participation d’une société d’assurance dépassant la proportion de 20% de ses fonds propres est à l’accord préalable de la commission de supervision ;
- La société doit transmettre à la commission de supervision au plus tard le 30 juin de chaque année, le bilan, le rapport d’activité ainsi que les états comptables, statistiques et tout autre document connexe ;

- La société doit en outre publier annuellement dans, au moins, deux quotidiens nationaux (dont l'un en langue arabe) les bilans et comptes de résultats au plus tard 60 jours après leur adoption par l'organe gestionnaire de la société ;
- Toute société agréée doit prendre à l'égard de l'administration de contrôle ;
- L'engagement de ne réassurer aucun risque souscrit sur le territoire national auprès d'entreprises déterminées ou appartenant à un pays déterminé, dont la liste est dressée par l'administration compétente ;
- Les conditions générales des constats et polices d'assurances doivent être visées par l'administration de contrôle ;
- Les sociétés d'assurances doivent communiquer à l'administration de contrôle, préalablement à leur applicationnels projets de tarifs d'assurances facultatives qu'elles élaborent.

3 Les métiers d'assurance

3.1 L'organisation type d'une compagnie d'assurance

Les structures d'une compagnie d'assurance ne sont pas fondamentalement différentes de celles des autres entreprises. On y trouve un conseil d'administration (*ou de surveillance*), une direction générale (*ou un directoire*), des fonctions administratives financières, commerciales et techniques comme dans toutes les autres sociétés, mais, surtout pour les fonctions techniques, leur mode d'exercice présente des particularités qui font de l'assurance un métier différent des autres.⁴⁴

3.2 Le conseil d'administration

C'est l'organe suprême de la société qui fixe les grandes orientations stratégiques de l'entreprise, nomme la Direction Générale, et arrête les comptes annuels avant de les soumettre à l'assemblée Générale avec une proposition d'affectation des résultats. Dans les sociétés anonymes, le conseil est élu par l'assemblée Générale des actionnaires, dans la pratique sur présentation du ou des principaux actionnaires.

Dans les sociétés mutuelles, le conseil est élu par les sociétaires (*c'est-à-dire les assurés*) ou leurs délégués, en pratique, sur cooptation des dirigeants de la mutuelle. Dans certaines mutuelles, le droit de vote est réservé à certains sociétaires, par exemple ceux qui payent les cotisations les plus élevées. Dans tous les cas, le Conseil d'Administration élit en son sein un président qui est le responsable légal de l'entreprise.⁴⁵

⁴⁴ JEROME yetman ,*Op.cit.* p.238.

⁴⁵ *Idem.*p.240.

3.3 La Direction Générale

Le Directeur général, nommé par le conseil d'administration et révocable par ce même conseil à tout moment, est chargé d'appliquer les décisions du conseil mais surtout de diriger et développer l'entreprise dans les meilleures conditions de rentabilité possible.

3.4 Les fonctions techniques

Il s'agit des fonctions essentielles au sein d'une entreprise d'assurances, celles qui constituent sa raison d'être, c'est-à-dire la constitution, la gestion et le maintien à l'équilibre de la mutualité des risques transférés par les assurés.⁴⁶

Ces fonctions sont donc de trois sortes :

- Production : Rédaction et émission des contrats d'assurance ;
- Gestion et liquidation des sinistres ;
- Surveillance du portefeuille, statistique et prévention.

Les tâches mentionnées ci-dessus sont confiées aux directions chargées de la production et ceux de la gestion des sinistres. Il se peut que les deux directions soient regroupées en une seule entité, ce qui dépendra de la taille de l'entreprise avec une supervision de la direction technique.

La production est chargée de mettre en œuvre la politique de souscription arrêtée par la Direction Générale, de tarifier et de rédiger les contrats, de les archiver, d'encaisser les cotisations et de surveiller les résultats techniques.

La gestion des sinistres est chargée de traiter les demandes d'indemnisation des assurés, d'évaluer le coût des sinistres à payer, de régler les assurés vite et honnêtement tout en dénonçant les fraudes éventuelles et d'encaisser les recours.

Certains secteurs techniques font appel à des professionnels spécialistes Transport, Aviation, Vie, Prévoyance, Risques techniques, Assistance.⁴⁷

3.5 Les fonctions commerciales

Il ne suffit pas d'avoir mis au point de bons produits, de bien gérer ses contrats et d'offrir une bonne sécurité, encore faut-il le faire savoir aux clients potentiels. Il est du devoir d'une entreprise d'assurances de chercher à acquérir une clientèle nouvelle. Elle doit remplacer les départs naturels de clients par suite de décès, résiliations par l'assuré ou par l'assureur, disparitions de risques. Elle doit surtout améliorer la qualité de sa gestion mutualiste.

⁴⁶ JEROME Yetman ,*Op.cit.* p.250.

⁴⁷ *Idem* p.252

Les responsables commerciaux des sociétés d'assurances ont pour tâche essentielle d'accroître le chiffre d'affaires.

Pour cela, ils ont le rôle de :⁴⁸

- Fidéliser les clients existants en améliorant constamment la qualité des services rendus et celle des produits proposés ;
- Augmenter le chiffre d'affaires par clients en augmentant les garanties de leurs contrats ou en les persuadant de souscrire de nouveaux contrats ;
- Augmenter le nombre de client ;
- Trouver de nouveaux modes de distribution des contrats et augmenter le nombre des membres des réseaux existants en accroissant leur efficacité ;
- Les fonctions commerciales sont réparties entre divers services ou départements dénommés :⁴⁹
 - **Département du Développement** : Il a pour rôle d'améliorer les produits vendus en révisant les rédactions des contrats en fonction de la demande des clients, des observations des intermédiaires, de l'évolution de la jurisprudence et des pratiques des sociétés concurrentes ;
 - **Département du Marketing** : Il a pour tâche de veiller à la bonne image de la société dans le public et de mettre à la disposition des réseaux commerciaux les outils et documents destinés à emporter la décision des prospects ;
 - **Direction des réseaux de distribution** Les modes de distribution des produits d'assurance ont évolué au cours du temps et évoluent de plus en plus vite dans les marchés modernes.

3.6 Les fonctions financières

La fonction financière gère les capitaux en les confiant à des spécialistes recrutés dans le but d'avoir le maximum de rendement sans mettre en danger la sécurité et la liquidité des entreprises, vu que l'impératif pour les entreprises d'assurances, nous l'avons décrit plus haut, est le maintien des fonds propres à la hauteur d'une proportion élevée du chiffre d'affaire pour la satisfaction des exigences légales. En outre, pour une entreprise activant dans le domaine assurantiel, le rendement du capital investi est très important dans la mesure où il participe à l'amélioration du résultat d'exploitation, et par conséquent, l'amélioration des conditions de l'offre par des actifs plus avantageux que la concurrence.⁵⁰

⁴⁸ JEROME Yetman ,*Op.cit* p.253

⁴⁹ *Idem*

⁵⁰ *Idem* p.259.

3.7 Les fonctions administratives

Il s'agit de fonctions que l'on retrouve dans toutes les entreprises quel que soit leur métier mais qui présentent quelques particularités dans les entreprises d'assurance du fait de la législation ou de la nature même dans l'activité.⁵¹

- **La comptabilité** : est évidemment un service essentiel de l'entreprise. Il doit permettre aux dirigeants et aux contrôleurs des administrations de tutelle de vérifier en permanence l'étendue des engagements de la société et si les actifs du bilan sont suffisants pour y faire face ;
- **Le contrôle de gestion** : est chargé de vérifier si l'ensemble des opérations de la société respectent les normes de procédure imposées par la loi et la Direction Générale. Il doit aussi suggérer toute mesure de nature à simplifier la gestion de la société, réduire les frais et améliorer les résultats ;
- **L'informatique** : est un rouage essentiel dans une compagnie d'assurance moderne puisqu'elle intervient dans toutes les phases du métier : fabrication des contrats, archivages et renouvellement de ceux-ci, encaissement des cotisations, gestion des sinistres et des provisions techniques, comptabilité, statistiques, marketing et gestion des clients, gestion du personnel, etc ;
- **La gestion du personnel** : dans les assurances comme dans tout autre métier, requiert évidemment toute l'attention de la Direction Générale. Une entreprise ne prospère et ne se développe que si ses clients sont satisfaits des services et produits vendus, et donc si ses collaborateurs sont compétents et motivés ;
- **Les formateurs** : compte tenu de l'évolution permanente des besoins des clients, des contenus des contrats, des méthodes de commercialisation et des technologies de l'information et de la gestion, les métiers de l'assurance changent constamment, les assureurs doivent donc adapter régulièrement leurs méthodes et leur façon de pratiquer leur métier ;
- **Les services des moyens généraux** : sont chargés d'assurer la logistique de l'entreprise : entretien et gestion des immeubles d'exploitation, des services de communication (*téléphone, courrier, fax, reprographie*), du restaurant d'entreprise, du parc automobiles, service de sécurité, accueil des visiteurs. Un bon fonctionnement de ces services peut faire beaucoup pour la motivation du personnel et la réputation de l'entreprise auprès du publique ;

⁵¹JEROME Yetman ,Op.cit p.262

- **L'international** : dans certaines entreprises, l'activité ne se limite pas aux dimensions du marché national mais s'étend à des marchés étrangers. Dans ce cas, le développement, l'implantation, le contrôle et l'animation des gestions étrangères sont confiés à un Département international qui peut faire appel aux autres départements de l'entreprise mais dispose souvent de ses propres spécialistes : techniciens, comptable, inspecteurs et contrôleurs de gestion

3.8 La distribution des produits d'assurances

La distribution des produits d'assurance peut être faite par des collaborateurs salariés (*bureaux directs, vendeurs salariés, plateau de marketing téléphonique*). Elle est souvent faite par des apporteurs d'affaires non-salariés, intermédiaires entre l'assureur et les assurés les agents, mandataires de l'assureur, et les courtiers, mandataires des assurés.

Certains courtiers sont délégués d'importantes fonctions techniques et administratives. D'autres exploitent des niches très spécialisées.

Certains des métiers les plus en vue dans l'assurance se trouvent dans la distribution, à la fois parce que les vendeurs sont ceux qui ont le plus de contacts avec les assurés et sont donc les plus présents sur le terrain au point qu'il est fréquent que les assurés ne connaissent pas leur compagnie d'assurances mais seulement le nom de l'intermédiaire, agent ou courtier, avec lequel ils traitent, mais aussi parce que les modes de commissionnement des vendeurs permettent aux plus dynamiques et entreprenants d'entre eux d'obtenir les rémunérations les plus avantageuses de l'ensemble des métiers de l'assurance.⁵²

En outre la condition et la gestion d'un portefeuille d'assurances oblige à connaître de nombreux aspects du métier et exige une polyvalence de compétences qui fait l'intérêt de ces fonctions.⁵³

3.9 Les métiers auxiliaires

D'autres professions sont nécessaires au bon fonctionnement des marchés d'assurances. Elles sont souvent exercées à titre individuel par des spécialistes exerçant sous forme de profession libérale tel que : les médecins, les formateurs et les auditeurs d'assurance.

Elles peuvent aussi être exercées par des professionnels regroupés au sein d'entreprises ou de réseaux à dimension mondiale. Mais la profession la plus sollicitée dans le domaine reste la profession d'expert, où la Plupart des entreprises sous-traitent une partie de

⁵² BENAHMED, Kafia, « *Essai d'analyse de la relation entre l'assurance et la croissance économique en Algérie, mémoire de magistère en science économique, Monnaie, Finance et Banque* ». Tizi-Ouzou : université mouloud MAMMERI de Tizi- Ouzou FSECG.2014.

⁵³ JEROME Yetmane ,*Op.cit.* p.269.

la gestion des sinistres à ces derniers, qui sont chargés d'évaluer le montant des dommages, ainsi que la recherche des causes des sinistres dans les branches les plus techniques.

Le métier d'expert en assurance reste souvent exercé à titre individuel sous forme de profession libérale, comme il peut être exercé par un groupement de professionnels dans des entreprises spécialisées.⁵⁴

Comme toute entreprise, une société d'assurance est organisée au mieux pour satisfaire les exigences de ses clients et aussi faire de profit, grâce aux différents métiers d'assurance.

Conclusion

En Algérie, depuis l'indépendance le marché a connu plusieurs réformes et mutations qui lui permettent d'enregistrer une amélioration en matière de croissance et de rentabilité ; mais il reste encore rigide, segmenté et sous exploité ainsi, il ne participe pas encore à la sphère réelle de l'économie.

A cette évolution, l'Algérie a pu créer plusieurs compagnies d'assurances qui diffèrent selon leurs activités et leur statut juridique pour satisfaire la clientèle et ces différentes compagnies ont été déjà citées dans ce chapitre. Le chapitre qui suit présentera justement quelques indicateurs du marché assurantiel Algérien.

⁵⁴Jerome yetmane p.274.

Introduction

La tendance remarquable de l'évolution du secteur des assurances fait apparaître une amélioration du chiffre d'affaire depuis la déréglementation engagée et l'ouverture du marché en 1995. Afin de mettre en exergue l'évolution du secteur au cours de cette dernière décennie, nous allons consacrer ce chapitre dans un premier temps, à l'étude de l'évolution des caractéristiques du marché Algérien des assurances et l'étude de l'évolution de la production par compagnie et par branches d'assurance ² dans un second temps à l'étude des obstacles et perspectives liés au développement des assurances en Algérie.

Section 1 : Le marché algérien en chiffres

1. Caractéristique du marché

L'évènement de nouveaux acteurs sur le marché ainsi que les réformes lancées par l'état. Depuis 2006 ont participé au développement de ce secteur. L'accroissement du niveau de la production a permis une légère amélioration tant de la part du secteur dans le BIP que de la densité d'assurance (*prime d'assurance/habitant*). Le taux de pénétration est estimé à 0,81% pour 2012. Toutefois, malgré l'important potentiel de développement qu'il recède, le marché algérien des assurances se caractérise avant tout par sa faiblesse relative. La production nationale à la fin 2012 est de 99,6 milliards de dinars, représentant 0,03% du marché mondial.⁵⁵

La fin du monopole de l'Etat sur le secteur de l'assurance et l'ouverture de cette activité au secteur privé sont encore récentes (*N°95-07 janvier 1995*) ce qui explique le poids encore prépondérant du secteur public qui représente près des $\frac{3}{4}$ du chiffre de l'assurance en Algérie. L'assurance automobile se taille la part du lion avec 53,8% du total des primes émises.⁵⁶

Conséquence d'une absence d'obligation légale dans ce domaine, le patrimoine immobilier reste l'un des parents pauvres de l'assurance algérienne. On estime que moins d'un logement sur dix est couvert par un contrat d'assurance. La création, dans le sillage du séisme qui a touché la région d'Alger en 2003, d'une assurance contre les catastrophes naturelles CAT-NAT n'a pas permis à ce type d'assurance de décoller.

L'assurance des personnes participe à hauteur de 7,3% dans le total des primes souscrites, contre plus de 60% dans les économies avancées. C'est le domaine où le potentiel de développement du marché apparaît comme le plus important.

⁵⁵ Voir le guide des assurances en Algérie Edition 2015 kpmg.dz p31

⁵⁶ https://www.cna.dz/extension/mydesign/design/mydesign/images/revue/Revue_Assurance_11.pdf

Le marché local se caractérise également par la prédominance du réseau direct dans le réseau de distribution. Sur les 99,6 milliards de dinars de primes émises en 2012, 71,7 milliards ont été souscrites via le réseau direct (71,5%) qui compte 1 024 agences. le reste du chiffre d'affaires est réalisé par les intermédiaires qui sont au nombre de 797 agents généraux et 28 courtiers.⁵⁷

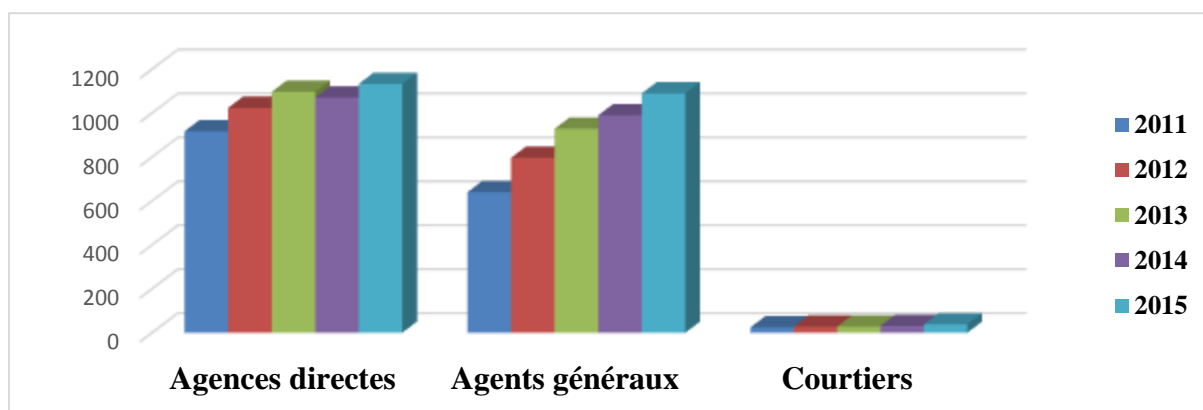
Ci-après la composition du réseau de distribution sur les exercices 2011 à 2015.

Tableau N° 02 : Composition du réseau de distribution 2011-2015

Réseau	2011	2012	2013	2014	2015
Agences directes	918	1 024	1 097	1 071	1 133
Agents généraux	640	797	929	990	1090
Courtiers	25	28	28	31	38
Total	1583	1849	2054	2092	2261

Source : conception personnel à partir des données de CNA.

Figure N°02 : Composition du réseau de distribution 2011-2015



Source : Conception personnelle Par le billet du réseau bancaire, la bancassurance représente l'un des quatre composants du réseau de distribution (*agences directes, agents généraux, courtier et bancassurance*).

En 2012, les primes émises au titre de la bancassurance s'élevaient à 1,287 milliard de dinars, dont 1 072 millions de dinars et 151 millions réalisés, respectivement, par Cardiff El Djazir et la SAA.

En 2015, le marché des assurances compte 30 conventions de distribution (*Assurances /Banques*) retenant, environ, 750 agences bancaires destinées à la commercialisation des produits d'assurances. Ceci a permis au secteur des assurances de dégager un chiffre d'affaires de 2,2 milliards DA par le biais de ce réseau de distribution.⁵⁸

⁵⁷ https://www.cna.dz/extension/mydesign/design/mydesign/images/revue/Revue_Assurance_11.pdf

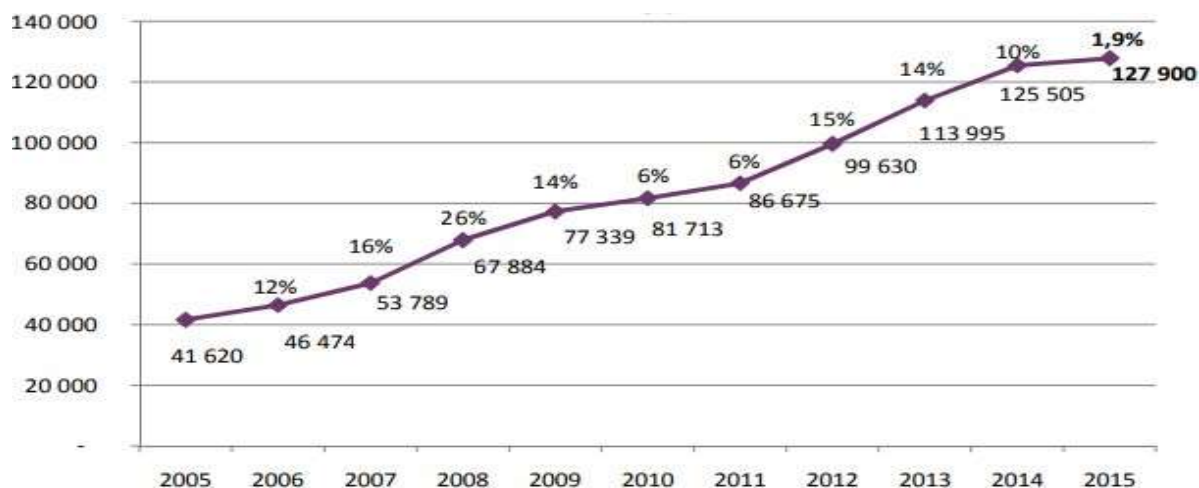
⁵⁸ http://www.uar.dz/wp-content/uploads/2017/03/rapport_mf_2015-1.pdf

2. Évolution de la production et la densité du marché des assurances

2.1 Production du marché des assurances 2005-2015

Le graphe suivant illustre l'évolution de la production (*primes émises*) ainsi que le taux de croissance sur la période 2005-2015.

Graphe N° 01 : Évolution de la production 2005-2015 En million de DA



Source: http://www.uar.dz/wp-content/uploads/2017/03/rapport_mf_2015-1.pdf

On constate à partir du graphe une évolution de la production durant la période 2005-2015 et cela en passant de 41620 en 2005 à 127 900 en 2015.

2.1.1 Production du marché par compagnie

La prédominance des compagnies publiques est ressentie sur le marché. L'évolution du chiffre d'affaires des sociétés publiques montre que celles-ci demeurent loin devant les sociétés privées.⁵⁹

Figure N°03 : Évolution de la production secteur public VS privé 2003-2012



Source : CHAREF Fatiha: « Évolution du marché des assurances en Algérie cas: La Compagnie Algérienne des Assurances », mémoire en science de gestion, Année 2015/2016, P43

⁵⁹ LEZOUL, Mohamed, *La situation actuelle du secteur des assurances en Algérie*. [En ligne]. In. Colloque internationale: les sociétés d'assurances Traditionnelles et les sociétés d'assurances Takaful entre la théorie et l'expérience pratique, avril 2011, université Sétif. Format PDF. Disponible sur : <http://eco.univsetif.dz/seminars/takaful/22.pdf>.

En 2012, le chiffre d'affaires cumulé par les compagnies publiques (*y compris la CNMA*) avoisine 71 milliards de dinars, soit 75% de part de marché. La CIAR est la première compagnie privée (6,6 milliard de dinars en 2012). Les sociétés privées progressent d'une manière soutenue ces dernières années et gagnent de plus en plus de parts de marché. La part de marché des privés passe de 20% en 2008 à 25% en 2012.

2.1.2 Production du marché par branches d'assurance

Une des caractéristiques du marché est la prépondérance de l'assurance automobile qui représente plus de 50% du total de la production, suivie des assurances «*dommages aux biens*». ⁶⁰

La production automobile (*assurances auto*) représente le premier segment de marché soit 54% de la production totale ; les dommages aux biens viennent ensuite avec 31% de la production totale. L'assurance de personnes ne représente pour l'heure qu'environ 7% du marché. ⁶¹

Tableau N° 03 : Primes émises par branche 2012-2013

Branche	2013	Part en %	2012	Part en %	13 vs 12
Automobile	61310	54%	53118	53%	15%
Dommages aux biens	35424	31%	32559	33%	9%
Transport	5476	5%	5262	5%	4%
Risques agricoles	2793	2%	1398	1%	100%
Assurances de personnes	8034	7%	7290	7%	10%
Assurance-crédit	924	1%	30705	0%	3%
Total production	113961	100%	99630	100%	14%

Source : Activité de l'assurance en Algérie - Rapport annuel 2012, ministère des Finances et note de Conjoncture 4T du CNA.

L'assurance automobile a connu en 2013 une progression de 15% par rapport à 2012. Outre le caractère obligatoire de cette branche, le développement du parc automobile et la souscription des garanties non obligatoires couvrant les véhicules ont tiré cette croissance.

L'assurance dommage aux biens, dite aussi IARD (incendie, accidents et risques divers) a progressé de 9% sur 2013. Cette hausse s'explique par la nature des risques couverts par la branche et qui touchent principalement les risques d'entreprises (*branches «incendie» et «engineering»*) dont l'importance s'est accrue ces dernières années eu égard aux grands

⁶⁰ MEBARKI, Ali. LA MAATEC a un énorme potentiel de croissance à développer. [En ligne]. Revue assurance n°5 de avril 2014, p. 10.format PDF. Disponible sur :

http://www.cna.dz/extension/mydesign/design/mydesign/images/Revue_Assurance_05.pdf.(consulté le 21-01-2015).

⁶¹Voir le guide des assurances. *Op.cit.* 2015. P.37.

projets d'investissement et d'infrastructures de base lancés dans divers secteurs économiques (*travaux publics, énergie, hydraulique...*).

Les risques agricoles ont doublé sur 2013 par rapport à 2012 et représentent 2% de la production du marché. Ces risques demeurent insuffisamment développés malgré les opportunités qu'offrent les différents programmes inscrits dans le cadre de la politique de développement agricole et rural initiée par les pouvoirs publics.⁶²

Les assurances de personnes ont enregistré une augmentation de 10%. Cette hausse est due aux recours conventionnels des nouvelles filiales d'assurance de personnes au réseau d'agences directs des sociétés d'assurance de dommages, qui a permis l'émission de nouvelles primes d'assurance-vie. Ainsi, au cours des exercices 2011 et 2012, huit conventions de distribution ont été signées entre les sociétés d'assurances de personnes et les sociétés d'assurances de dommages.⁶³

Par ailleurs, les assurances de personnes demeurent dominées par les produits prévoyance collective (*groupe et retraite complémentaire*) qui occupe la première place avec un taux de 28% du chiffre d'affaires en 2012, suivie de la garantie accidents avec une part de 19%.

Le marché algérien reste très porteur en considérant notamment les segments de marchés très peu exploités (*risques de particuliers notamment*). La faible part des assurances dans le PIB (*moins de 1%*) renseigne sur les capacités de développement restant à exploiter.

Tableau N°04 : Production du secteur des assurances de dommages par branche 2015/2016/2017

En millions DA

Branche	Chiffre d'affaires			Evolution	
	2015	2016	2017	2015/2006	2016/2017
Automobile	66202	65200	65504	-1.5%	0.5%
IRD	41949	43067	45761	2.7%	6.3%
Transport	5745	6238	5926	8.6%	-5.0%
Agricole	3757	3376	2625	-10.1%	-22.2%
Crédit	1149	1311	1901	14.1%	45.0%
Total	118802	119192	121717	0.3%	2.1%

Source : par nos soins à partir des données de CNA

⁶² Voir le guide des assurances 2015. Op.Cit. P. 38

⁶³ BOUADAM, Kamel et MELIANI Hakim. « la micro Takaful et la micro assurance enjeu et défis. [En ligne]. In, colloque internationale : les sociétés d'assurance Takaful et les sociétés Traditionnelles entre la théorie et l'expérience » ; université Ferhat ABBAS avril 2011. Disponible sur : <http://www.iefpedia.com/france/wpcontent/uploads/2011/04/La-micro-Takaful-et-la-micro-assurance-enjeux-etd%C3%A9fis-meliani-hakim-et-bouadam-kamel.pdf>.

La branche automobile enregistre, en 2015/2016 une baisse de 1.5% et une augmentation de 0.5% en 2016/2017. La branche IRD (*La branche Incendie et Risques Divers*) a progressé de 2.7% en 2016 et de 6.3% en 2017.

La branche transport a enregistré en 2016 une croissance de 8.6% par rapport à 2015, mais par contre en 2017 elle a marqué une décroissance de 5.0% par rapport à 2016.

La branche agricole a baissé de 10.1% en 2016 par rapport, et elle recule fortement en 2017 avec un taux de 22.2%. Un repli tiré principalement par la régression constaté au niveau de la sous-branche : production animale, multirisque engins & matériel agricole, production végétale, et responsabilité civile agriculteur.

L'assurance-crédit progresse de 14.1% en 2016 et de 45.0% en 2017.

Tableau N° 05 : Production du secteur des assurances de personnes 2015-2016-2017

	Chiffre d'affaires			Structure du marché			Evolution	
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016
Assurance de personne	10316	11416	13253	7.9%	8.6%	9.6%	11.1%	15.6%

Source : par nos soins a partir des données de CNA

La production de l'ensemble des sociétés d'assurances de personnes marque une augmentation de 11.1% en 2016 par rapport à 2015, et aussi une augmentation de 15.6% en 2017 comparant à 2016. Cette hausse est due aux recours conventionnels des nouvelles filiales d'assurance de personnes au réseau d'agences directs des sociétés d'assurance de dommages, qui a permis l'émission de nouvelles primes d'assurance-vie.

Tableau N° 06 : Production du secteur des assurances de dommages par branche 2018/2019

Branche	2018	2019	Evolution
Automobile	69128	69396	0.4%
IRD	46770	51371	9.8%
Transport	5829	6369	9.3%
Risques agricoles	2507	2684	7.1%
Crédit	1964	2322	18.2%
Total	126198	132141	4.7%

Source : par nos soins a partir des données de CNA

La branche automobile a connu en 2019 une légère progression de 0.4% par rapport à 2018.

La branche IRD a connu une croissance de 9.8% par rapport à 2018.

La branche transport a progressé de 9.3%.

La branche agricole a augmenté de 7.1% en 2019.

L'assurance-crédit a connu en 2019 une forte croissance de 18.2% par rapport à 2018.

Tableau N°07 : Production du secteur des assurances de personnes 2018-2019

Unité MDA	2018	2019	Évolution
Assurance de personne	12 629	14 118	11,8%

Source : par nos soins à partir des données de CNA

La production de l'ensemble des sociétés d'assurances de personnes a marqué en 2019 une hausse de 11.8% par rapport à 2018.

a. Production des intermédiaires

La production des intermédiaire sa connu, en 2015, une progression de5% par rapport à l'exercice précédent. Elle est passée de 35,9 milliards de DA en 2014 à 37,6 milliards DAen2015.Ce réseau indirect a acquis une part de marché de 29%.

Tableau N°08 : Évolution (2014-2015) de la production des intermédiaires par société

Unité : Millions DA

	Année 2014		Année 2015		Variation 2014/2015	
	Montant	Part	Montant	Part	valeur	%
SAA	9 097	25%	9 558	26%	461	5%
CAAR	3 669	10%	3 466	9%	203	6%
CAAT	2 053	6%	2 072	6%	19	1%
CASH Assurances	1 320	4%	1 457	4%	137	10%
GAM	1 243	3%	1 375	4%	132	11%
SALAMA assurances Algérie	3 640	10%	3 562	10%	78	2%
TRUST ALGERIA	876	2%	1 059	3%	182	21%
ALLIANCE Assurances	2 738	8%	2 899	8%	161	6%
CIAR	7 924	22%	8 284	22%	360	5%
2A	1 535	4%	1 442	4%	93	6%
AXA Assurances Algérie Dommage	29	0%	172	0%	143	503%
MAATEC (*)	-	-	-	-	-	-
CNMA (*)	-	-	-	-	-	-
MACIR VIE	780	2%	1 020	3%	240	31%
TALA	352	1%	293	1%	59	17%
SAPS	644	2%	909	2%	265	41%
Caarama assurance	25	0%	21	0%	4	16%
CARDIF EL DJAZAIR	-	-	-	-	-	-
AXA Assurances Algérie Vie	10	0%	17	0%	7	74%
Le Mutualiste	-	-	-	-	-	-
AGLIC	-	-	-	-	-	-
Total	35 934	100%	37 606	100%	1 672	5%

(*)Les mutuelles et certaines nouvelles sociétés d'assurances ne font pas appel aux intermédiaires.

Le réseau des agences directes, avec une part de 71%, reste prédominant. Il réalise 71% de l'activité des assurances. Il englobe 1 133 agences directes en 2015 contre 1071 agences, en 2014.

2.2. Densité d'assurance et taux de pénétration

Le développement du secteur des assurances dans un pays est déterminé par deux indicateurs clés, (*le taux de pénétration, et la densité*), pour notre part, et dans le présent rapport, nous relatons les deux indicateurs sur l'économie algérienne

▪ Taux de pénétration

L'outil traditionnellement le plus utilisé pour juger du développement du marché de l'assurance d'un pays donné est le taux de pénétration de l'assurance. Le taux de pénétration est calculé pour un pays donné en exprimant le total des primes d'assurance en pourcentage du produit intérieur brut (PIB) du pays et indique dans quelle mesure le secteur de l'assurance contribue à l'économie nationale. En tant que tel, le taux de pénétration fournit une bonne base chiffrée pour la comparaison internationale entre différentes juridictions et régions. Toutefois, s'il est utile en tant qu'indicateur global du développement d'un marché d'assurance donné, le taux de pénétration ne donne pas d'indications précises sur les dynamiques de ce marché d'assurance.⁶⁴

La participation du secteur des assurances dans l'économie nationale est de 0,70 % en moyenne sur les 10 dernières années.

En 2018 cette dernière a connu un recul passant de 0,75% en 2017 à 0,7 %, essentiellement du fait de la baisse de la valeur de la monnaie locale par rapport au Dollars US \$ de référence. Ce taux est beaucoup plus élevé dans les pays industrialisés (+ 8%) tandis que dans les pays émergents la moyenne est de 3 %.

Dans la figure suivante, les données de 10 années de l'évolution du PIB de l'Algérie avec en marge le taux de pénétration du secteur des assurances en Algérie.⁶⁵

⁶⁴ HASSID Ali. « Introduction à l'étude des assurances économiques ». Alger : édition ENAL 1984.p9-93.

⁶⁵ <http://www.aps.dz/economie/83920-la-croissance-economique-de-l-algerie-a-atteint-2-3-en-2018>

Tableau N° 09 : Le taux de pénétration de l'assurance en Algérie

Exercice	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Le PIB en milliard	11043	10034	12049	14519	15843	16644	17205	16799	17267	18594	20510
Taux de pénétration %	0,62%	0,77%	0,67%	0,60%	0,63%	0,69%	0,73%	0,76%	0,75%	0,75%	0,70%

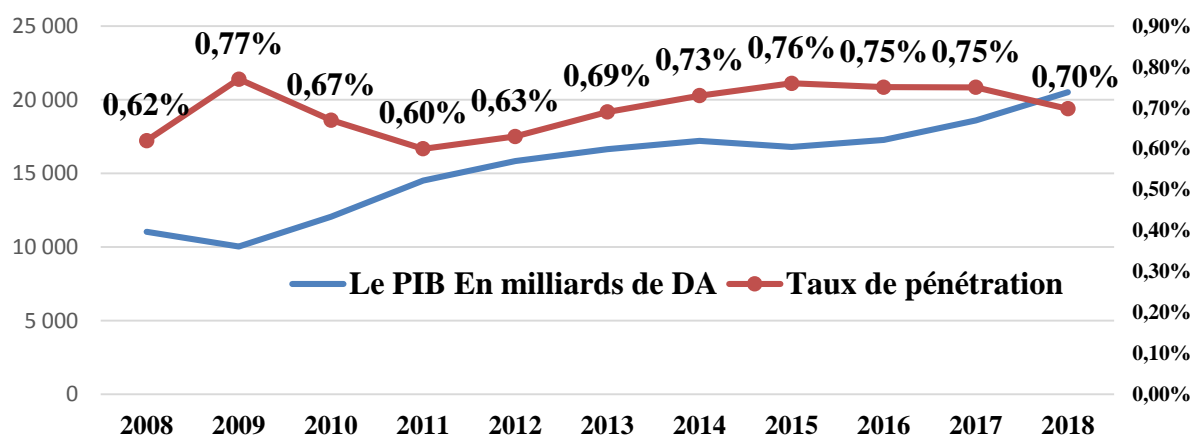
Source : conception personnelle à partir des données de CNA.

La participation du secteur des assurances dans l'économie nationale est de 0,70 % en moyenne sur les 10 dernières années.

En 2018 cette dernière a connu un recul passant de 0,75% en 2017 à 0,7 %, essentiellement du fait de la baisse de la valeur de la monnaie locale par rapport au Dollars US \$ de référence.

Ce taux est beaucoup plus élevé dans les pays industrialisés (+ 8%) tandis que dans les pays émergents la moyenne est de 3 %.

Graphe N° 02 : Taux de pénétration de l'Assurance 2008-2018



Source : conseil national des assurances.

▪ La densité d'assurance

La densité d'assurance est le calcul du volume de primes par habitant dans un pays donné. Exprimée en dollars, elle indique combien chaque habitant dépense en moyenne en assurance, mais les fluctuations de devises affectent les comparaisons. Les primes par habitant peuvent être converties en utilisant les valeurs de la parité de pouvoir d'achat (PPA) plutôt que les taux de change du dollar. La correction de PPA peut être significative.

Tableau N° 10 : Densité d'assurance par rapport à la population

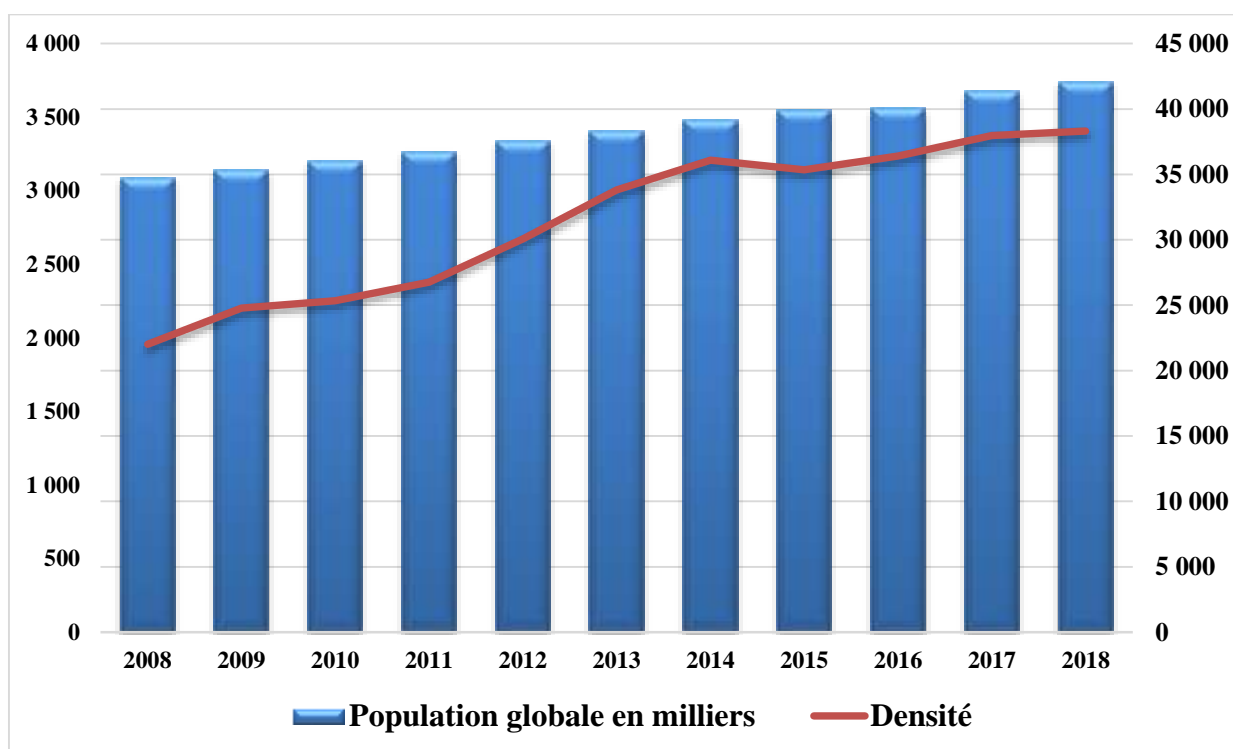
Exercice	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Population globale en millier	34745	35268	35978	36717	37495	38297	39114	39870	40061	41320	42009
Densité	1957	2203	2253	2378	2672	3006	32008	3143	3235	3376	3406

Source : par nos soins a partir des données de CNA.

Le montant des primes d'assurances par habitant en 2018 est de 3 406 DA soit 28,8 USD ;

Tandis que la moyenne mondiale est de 3 517 USD (Sigma 3 2018).

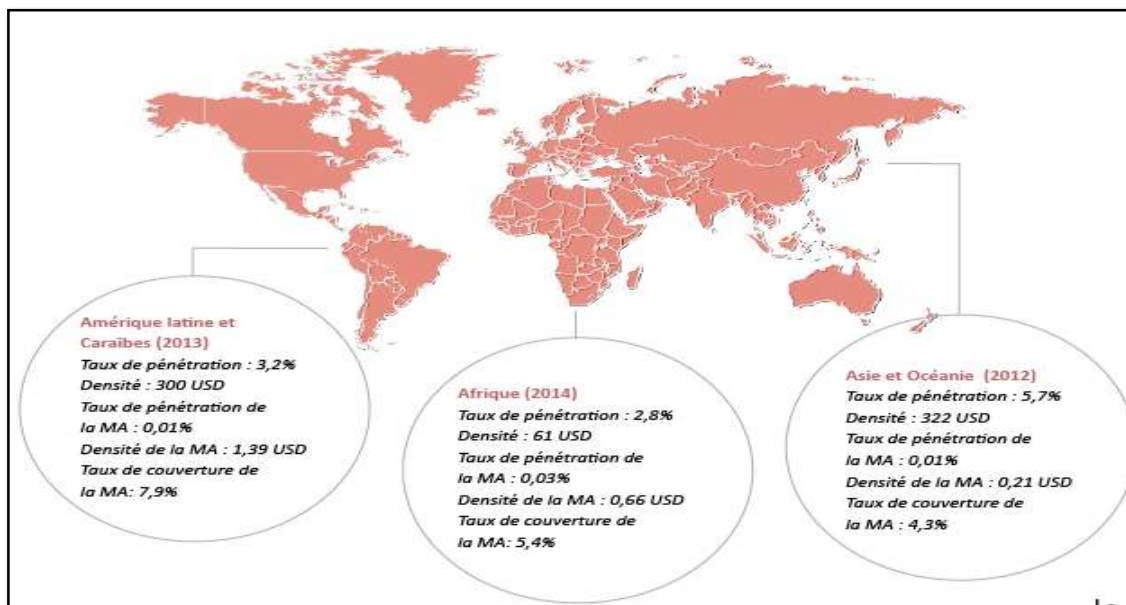
Graphe N°03 : Densité d'assurance par rapport à la population



Source : conseil national des assurances

Dans le monde la densité est répartîtes par région est représenter sur la figure suivante :

Figure N°04 : La densité répartie par région dans le monde



Source : conseil national des assurances

Tableau N°11 : Taux de croissance

Année	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Taux de croissance	14%	6%	6%	15%	14%	10%	1.20%	1.3%	3.0%	2.6%	4.35%

Source : élaboré par nos soins a partir des données de CNA

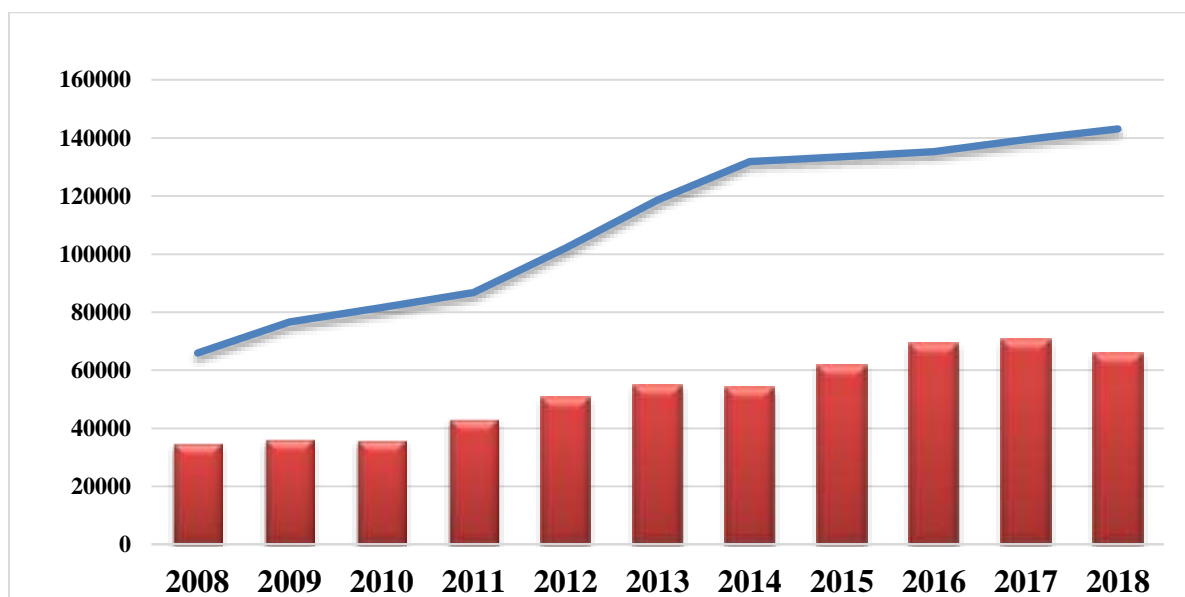
En 2018, le chiffre d’affaire du secteur algérien des assurances a enregistré une croissance de 2,57 %. En 10 ans le marché a plus que doublé passant de 65 Milliards à 143 Milliards de DZD.

Cette croissance s’est faite en deux partie en liens avec :

- La croissance économique, et les prix du pétrole 2008-2014 ;
- La croissance du marché des assurances de personnes 2015-2017.

Enfin 2018 a été un exercice marqué par le retour à une croissance de la branche dommage.

Graphe N°04 : évolution des indemnisations sur la production totale du marché



Source : conseil national des assurances

Tableau N°12 : Positionnement de l'Algérie par rapport aux autres pays africains (2012)

Pays	Parts de marché mondial	Taux de pénétration
Afrique du sud	1.17%	14.13%
Maroc	0.06%	2.95%
Égypte	0.04%	0.70%
Nigéria	0.04%	0.61%
Algérie	0.03%	0.81%

Source : L'assurance dans le monde Swiss RE, revue Sigma n°3/2013

L'Algérie, avec l'équivalent de 1,28 milliard de dollars de primes encaissées en 2012, participe à hauteur de 1,93% au marché de l'assurance du continent africain (71,37 milliards de dollars) qui lui-même ne représente que 1,54% du marché mondial de l'assurance (4 646 milliards de dollars), avec pourtant une population de plus de 1 064,9 millions d'habitants. Hors Afrique du Sud (qui totalise à elle seule 76,33% du marché continental), l'Algérie représente 8,11% du marché africain.

Les raisons communément admises sont avant tout la mauvaise image de l'assurance et l'absence de culture assurantielle dans le pays. Une étude diligentée par le Conseil national des assurances relative à «L'attitude des Algériens face à l'assurance contre les effets des catastrophes naturelles» ajoute comme raison le manque de visibilité et de communication des entités agissant dans le secteur. Le faible niveau de revenu des ménages ainsi que l'absence de marché financier structuré ne font qu'accentuer cet état de fait.⁶⁶

⁶⁶Voir KMPG : Guide des assurances en Algérie version 2009.

3. La réassurance

Comme presque partout dans le monde, en Algérie aussi la couverture des grands risques, tels que les catastrophes naturelles, se fait par le biais de la réassurance. Ces risques pour la plupart sont réassurés sur une base facultative auprès des réassureurs étrangers cotés. Mais cela n'empêche pas les compagnies directes de mettre en place des traités de réassurance pour couvrir certains petits risques.⁶⁷

L'activité de réassurance en Algérie est exercée, essentiellement, par la Compagnie centrale de réassurance (CCR) qui est le seul opérateur spécialisé en matière de réassurance sur le marché algérien. Le rôle essentiel que joue la CCR dans le développement et la sécurisation du marché national de l'assurance a poussé le gouvernement à prendre des mesures pour améliorer son intervention dans le marché :

- Apport exceptionnel du Trésor public pour relever le niveau du capital social de la compagnie, passant de 5 milliards à 16 milliards de dinars. Dans le sillage de cette capitalisation, la CCR s'est vue octroyer la note de B+ par un cabinet de notation renommé internationale. Cela renforcera sa présence dans le marché international notamment en matière d'acceptation ;
- Augmentation du taux de rétention en faveur de la CCR, et ce, afin d'utiliser les capacités nationales de réassurance ;
- L'intervention de courtiers internationaux de réassurance est soumise à une autorisation préalable de l'autorité de contrôle des assurances.

La réglementation régissant l'activité de la réassurance prévoit :

- Une cession obligatoire au profit de la CCR, fixée à 50%, au minimum, du montant des cessions en réassurance ;
- Un droit de priorité pour la CCR sur les cessions facultatives, pour peu qu'elle soit en mesure d'offrir des conditions au moins égales à celles offertes par les réassureurs étrangers ;
- Le recours aux réassureurs étrangers ayant au minimum une notation de BBB en vue de favoriser des programmes de réassurance présentant des niveaux de sécurité suffisants.

La CCR qui a confirmé, auprès de l'agence de notation AM Best, son rating B+ pour 2011, l'agence estime que la CCR a une bonne position sur le marché national en tant que réassureur public et les notations reflètent un bon profil d'affaires au niveau national et une

⁶⁷ BENRABIA, Mohamed. *Les perspectives de développement de l'industrie des assurances en Algérie et les réformes nécessaires pour promouvoir ses capacités concurrentielles*. [En ligne]. In colloque internationale : les sociétés d'assurances Takaful et les sociétés Traditionnelles entre la théorie et l'expérience pratique. Disponible sur : <http://eco.univ-setif.dz/seminars/takaful/23.pdf>.

bonne capitalisation des risques ainsi qu'une performance en termes de souscriptions, elle réalise, au 31/12/2011, un chiffre d'affaires de 13,5 Milliards DA contre 9,81 Milliards de DA en 2010, soit une croissance de 37%.

La part de la CCR sur le marché national s'élève à 49% soit 12 690 Millions DA contre 36% (9 173 MDA) en 2010 alors que ses acceptations internationales se situent à 819 Millions DA contre 639 Millions DA en 2010, soit 6% du chiffre d'affaires total.

Tableau N°13 : Réalisation de la CCR

En millions DZD	2012		2011		Évolution 2012/2011	
	Montant	Part	Montant	Part	Montant	Part
ACC. Nationales	15268	93%	12690	94%	2578	20%
ACC. Internationales	1212	7%	819	6%	393	48%
Total	16480	100%	13509	100%	2971	22%
Rétrocession	7417	45%	5975	44%	2065	35%
Rétention	9063	55%	7534	56%	1631	22%
Total	16480	100%	13509	100%	3696	27%

Source : Activité de l'assurance en Algérie - Rapport annuel 2012, ministère des Finance

Au titre de l'exercice 2012, les cessions des sociétés d'assurance s'élèvent à 28milliards de dinars, en progression de 10% par rapport à 2011. Elles traduisent, pour le marché, un taux de cession moyen en réassurance de 28%.

Trois sociétés publiques d'assurance (la CASH, la CAAT et la CAAR) totalisent une part de 68% des primes cédées en réassurance. Il s'agit de trois sociétés dont l'activité est fortement orientée vers les risques d'entreprise.

4. La bancassurance et la présence étrangère dans le marché des assurances en Algérie

4.1 La bancassurance

Pour pouvoir étudier la bancassurance en Algérie il faut bien comprendre l'état de marché de leurs bancassurance, qui peut être perçu selon deux aspects.⁶⁸

Le premier concerne les services financiers qui intègrent des produits de la banque et de l'assurance, le second, qui a eu cours durant quelques années repose sur la collaboration entre la Banque et la compagnie d'assurance ou d'autres organismes non bancaires.

La bancassurance a été introduite en Algérie avec la loi 06-04 du 26 février 2006 qui autorisé la distribution des produits d'assurance via le canal bancaire et les établissements

⁶⁸AAKA., ABDLFATAH N., « la bancassurance en Algérie : du concept de développement », Bejaia, 2010 p.45.

financiers et assimilés. Cette loi définit les règles et conditions nécessaires pour la distribution des produits d'assurance par les banques.

De multiples accords de partenariat stratégiques entre les acteurs du marché ont été signés après l'adoption et la présentation de la convention-type de distribution, dernière formalité requise avant la mise en pratique des activités de bancassurance. La première compagnie publique, la SAA, a conclu des partenariats avec les banques publiques BDL et BADR et a également opté pour un partenariat stratégique avec le groupe Macif, avec comme objectif la création de filiales dans les différentes branches d'assurance. Dans la même logique, le groupe bancaire BNP Paribas, par sa filiale Cardif, s'est allié à la CNEP. Les assureurs ont enchaîné ensuite les cycles de formation théorique et les stages pratiques pour les chargés de clientèle des banques.

En 2012, un réseau de bancassurance commence à se mettre en place et à générer un flux de primes d'assurance. Pour l'année considérée, les primes émises au titre de la bancassurance s'élèvent à 1,2 milliard de dinars, dont 151 millions et 1 072 millions sont réalisés, respectivement, par la SAA et la société CARDIF El Djazaïr dont la politique de commercialisation repose, essentiellement, sur la bancassurance. Ce chiffre d'affaire représente environ 1% du total des émissions⁶⁹.

Cette nouvelle forme de commercialisation des produits d'assurance, malgré sa faible part dans la production globale, est une forme de distribution très prometteuse, les opportunités de son développement sont multiples. La bancassurance demeure une excellente formule de distribution pour augmenter le taux de couverture des personnes et un moyen efficace qui a fait ses preuves dans de nombreux pays où l'assurance a été généralisée.

Toujours est-il, cette nouvelle activité semble être une innovation dans le système financier et rappelle son intérêt vital dans le développement des assurances ainsi que son apport pour les banques.

4.2 Présence étrangère dans le marché des assurances

La présence étrangère dans le secteur des assurances algérien est faible. Nous pouvons citer les acteurs français et les participations des opérateurs du Proche et Moyen-Orient, avec qui sont apparues des assurances dites «*takaful*».

Pour les acteurs du marché français, la levée du contentieux algéro-français était sans doute une opportunité de création et/ou de partenariat entre les différents acteurs des deux

⁶⁹ Sadi, N.H. « *Essai d'analyse du système des assurances dans la perspective d'une meilleure protection contre le sinistre : Cas des assurances en Algérie* ». Mémoire de Magistère en Science Economiques. Université Abderhmane Mira, Bejaia, 2006.

pays. Il s'en est suivi l'accord de partenariat entre la Mutuelle assurance des commerçants et industriels de France (Macif) et la société nationale SAA, Cardif Al Djazaïr qui est né du partenariat entre la CNEP-Banque et BNP, et récemment (*en 2011*) la création des sociétés mixtes AXA dommages et AXA assurance-vie.⁷⁰

Quant aux grands courtiers internationaux (*direct et réassurance*), leur absence actuelle est liée à l'impossibilité pour eux de s'établir librement.

Section 02 : Entraves et perspectives liées au développement de l'assurance en Algérie

1. Les obstacles liés au développement du secteur assurantiel

Le phénomène du syndrome hollandais avancé pour expliquer la désindustrialisation algérienne ne suffit cependant pas à tout expliquer, car le secteur des assurances en Algérie présente des spécificités. Il existe donc des facteurs explicatifs propres à ce secteur en Algérie.

Parmi ces facteurs, nous retiendrons :

1.1 La spécialisation des compagnies d'assurance

La spécialisation des sociétés d'assurances a engendré une situation difficile pour le secteur, l'essentiel du chiffre d'affaires est composé uniquement des assurances obligatoires. L'étude réalisée par le CNA en 1998 a révélé que les assurés (73.3 % des répondants) sont très mal informés par leur agence d'assurance à et que 65.5 % des enquêtés se sont assurés par obligation.

1.2 Faiblesse du marché financier

L'absence d'un marché financier à proprement parlé, et l'inexistence d'instruments financiers nécessaires à l'activité de l'assurance, en Algérie, constituent sans nul doute un vrai obstacle pour le secteur. Plusieurs études ont prouvé l'influence positive du marché financier sur celui des assurances, nous citerons à titre d'exemple : Outre ville (1990) et (1996), Ward et Zurbruegg (2002), Beck et Webb (2003), Li et al. (2007), Arena (2008), [Sen (2008) ; Chui et Kwock (2008) et (2009), Avram et al. (2010) Chen, Lee et Lee (2011) et Fayen et al. (2011)].

1.3 La dominance d'assurance dommage sur les assurances de personne

La part de l'assurance des personnes n'a pas enregistré une progression remarquable (*moins de 8% du chiffre d'affaire du secteur*), malgré les transformations que le pays a connu

⁷⁰ AINOUCHE, Zakia. Entretien réalisé avec Adlane MACELLEM ; AXA assurance Algérie". « *L'Algérie a impérativement besoin de développer d'autres relais de croissance* » .revue assurance n°8, janvier 2015.

sur les plans social et culturel. Ce retard est largement justifié par la part modeste des branches d'assurances à caractère volontaires, tel que les assurances de capitalisation, l'assurance décès et assurance vie. Alors que l'assurance vie à travers le monde est la branche la plus génératrice de fonds à long terme.⁷¹

1.4 La mauvaise qualité du service et les délais de règlement des sinistres

Depuis 1991, des efforts sont déployés pour raccourcir les délais de règlement des sinistres et les recours à l'assurance est largement tributaire de la qualité des services offerte aux assurés. Effectivement, le taux de règlement des sinistres à seulement 30 %, et cela dure depuis 1952. Selon le Conseil national des assurances, les sinistres réglés peinent à couvrir le tiers du stock des sinistres déclarés aux compagnies d'assurances. Selon les chiffres du CNA, les compagnies d'assurances ont versé 26,2 milliards de dinars d'indemnisations au premier semestre 2017 sur un stock global des sinistres à régler de 71,4 milliards de DA à fin juin 2017.⁷²

1.5 Le dynamisme commercial

La production de l'assurance repose sur les branches classiques (*les entreprises publiques et assurances obligatoires*), à concurrence de 85%.

Cependant, les assurances facultatives, dont la vente requiert des arguments de certitude commerciales demeurent relativement faible. Ainsi, les catégories professionnelles des commerçants, des professions libérales et des ménages, n'ont pas été suffisamment ciblées par les politiques commerciales des entreprises d'assurances.⁷³

1.6 Absence d'une politique de motivation pour les assurés et les assureurs.

Selon les experts du CNA et à leur tête le secrétaire permanent, l'absence d'une réglementation avantageuse pour les clients, telle que les exonérations fiscales ou bien des taux d'intérêt élevés, fait que ces derniers ne sont pas attirés par les produits commercialisés par les compagnies d'assurance. Pour ce qui est des assureurs, ces derniers ne sont pas encouragés à commercialiser tous les produits, puisque le taux des commissions en assurance de personnes est nettement inférieur à celui des autres assurances de dommages.

⁷¹ BOUTALEB, Kouider, *Op.cit.*, p.24.

⁷² CHOKRI, Hafed. « *Assurances : le règlement des sinistres baisse de près du tiers. Article du quotidien : CAP ALGERIE* ». Alger. Edition : CAP ALGERIE. Publié le : 02 novembre 2017. Format PDF. Disponible sur : <https://capalgerie.dz/assurances-le-reglement-des-sinistres-baisse-de-pres-du-tiers/>(Consulté 25/04/2021)

⁷³ SADI, Nour el Houda, *Op.cit.*, p.19.

1.7 L'image de marque de la profession

Le décalage entre la protection sociale de l'assurance et sa finalité économique est dû à l'insuffisance des efforts entrepris dans le sens d'une plus grande approche des clients et de leurs besoins spécifique en assurance, en liaison avec leur métier⁷⁴.

1.8 Le retard technologique en matière d'outils de gestion

La présence des outils de gestion, des réseaux et des logiciels est très démunie dans les compagnies d'assurance algérienne et leurs développements se limitent uniquement en interne en fonction de besoin de chaque compagnie d'assurance.⁷⁵

1.9 Le manque de confiance et l'absence de culture d'assurance auprès du public

Les difficultés rencontrées par le marché des assurances sont dues principalement à l'absence de culture auprès de la population algérienne. D'une part, les algériens ont une mauvaise perception de l'assurance, en la considérant comme une lourde taxe imposée dont ils sont obligés de supporter, plutôt qu'une sorte de couverture. D'autre part, les assureurs, depuis des années, n'ont pas réussi à construire une relation de confiance avec les assurés car cela dépend de la capacité des assureurs à tenir leurs engagements.

Par ailleurs, le manque, voire l'absence de communication et de vulgarisation des produits d'assurance offerts par les compagnies d'assurance envers les assurés potentiels, l'assurance de personnes est restée presque inconnue de la part des algériens malgré les diverses formules offertes sur le marché, puisque cette consommation reste inutile à leur regard et n'est pas considérée comme étant un produit de consommation.⁷⁶

1.10 Le facteur religieux

L'existence dans la société algérienne d'une perception négative de l'assurance et de l'assurance vie en particulier, laquelle est assimilée à l'usure et aux jeux du hasard. Elle est perçue comme un moyen de contrarier la volonté de dieu. Ce jugement est fondé sur des arguments. Le premier, c'est que le contrat d'assurance vie contient l'intérêt qui est considéré par la religion islamique comme l'usure, Le second, c'est que le contrat d'assurance vie est un contrat aléatoire, alors que l'Islam a interdit la vente aléatoire qui est une vente à risque, il comprend une sorte d'ignorance et de jeu de hasard.⁷⁷

Contrairement à l'opinion qui est assez répandue, le facteur religieux ne constitue pas vraiment un frein au développement du marché des assurances. Cela a été démontré aussi

⁷⁴ BOUTALEB, Kouider, *Op.cit.*, p.24.

⁷⁵ *Idem* p.23.

⁷⁶ Rachida B, Chenini A, « *Les sociétés d'assurances traditionnelles et les sociétés d'assurance TAKAFUL entre la théorie et l'expérience pratique* », colloque international, université de Sétif, 25-26 avril 2011, p.19.

⁷⁷ Rachida B, Chenini A, *Op.cit.*, p.19.

dans des enquêtes en l'occurrence une enquête « *écoute client* » réalisée en 2007 par le Conseil national des assurances. Dans les facteurs dits « *convictions opposées* », le facteur religieux arrive en dernier lieu après d'autres facteurs.

2. Perspectives de développement des assurances

Plusieurs études, réflexions et rencontres ont été réalisées, Pour tenter de trouver une solution à l'amélioration de la situation du secteur des assurances en Algérie. Dans ce présent élément, nous allons dévoiler quelques mesures, moyens et stratégies à mettre en œuvre pour développer le marché algérien des assurances en Algérie.

2.1 Développer la culture assurantielle

C'est une chose certaine, l'algérien n'est pas trop porté sur les assurances. L'absence d'une culture d'assurance chez ce dernier, est souvent déplorée par les acteurs du marché, car en général l'assurance ne s'impose auprès du citoyen que sous la définition d'un guichet, où ce dernier a le sentiment de gaspiller son argent, ou encore assimilée à un impôt plutôt qu'à une couverture. D'ailleurs, 80% du chiffre d'affaires du secteur est constitué d'assurances obligatoires (*Automobile et IARD*), or, le citoyen algérien a certainement besoin de sécuriser son avenir contre le spectre du chômage, des maladies et d'une retraite de plus en plus mal prise en charge.

Inculquer aux algériens la culture d'assurance est synonyme d'énormes efforts à consentir, et qui consistent en particulier à combler le manque d'information, et de communication envers les assurés potentiels. C'est pourquoi la communication et le marketing demeurent des atouts maîtres de la profession qu'ils conviendraient de mettre à profit, pour d'abord construire une image publique rénovée de l'assurance et de sa vocation⁷⁸, puis pour ancrer la culture d'assurance chez les assurés potentiels et vulgariser les produits d'assurance, souvent méconnus.

Il faudra par conséquent développer la communication à l'adresse des consommateurs d'assurance par la création d'espaces de communication internes et externes aux entreprises d'assurances (*mise en place d'un service information et orientation de la clientèle, organisation de journées portes ouvertes sur l'assurance, etc.*).

De même, des actions publicitaires collectives dans le but de vulgariser l'assurance doivent être faites, et que des campagnes nationales d'informations soient initiées par les professionnels du secteur pour démontrer le rôle économique et social de l'assurance et

⁷⁸NAOURI Mokhtar, « *la concurrence entre assureurs se limite au prix* », in revue « Partenaire » n°5, p.11.

d'amener de ce fait, l'ensemble de la société à intégrer l'état d'esprit de la nécessité de la couverture d'assurance, et du réflexe de transfert du risque vers les professionnels du métier.⁷⁹

2.2 Institution d'autres formes de distribution des produits d'assurances

Le besoin d'instituer d'autres formes de distribution des produits d'assurance se fait notamment ressentir en matière d'assurance de personne, car elle n'est pas obligatoire comme l'assurance automobile, et ne répond pas à un besoin de protection immédiat comme l'assurance dommage.

L'assurance de personne est un produit qui se vend et ne s'achète pas, et son développement nécessiterait certainement, l'institutionnalisation par le législateur d'autres formes de réseaux de distribution pour mettre en place un large réseau d'agents indépendants qui puissent vendre des assurances de personnes notamment les assurances sur la vie (*vendeurs commissionnés, apporteurs d'affaire, etc.*) lesquels sauront mieux s'introduire dans ce nouveau marché encore vierge, et pénétrer jusque dans les foyers à revenus intermédiaires, et développer ainsi une meilleure connaissance des assurances de personnes auprès du public.

De même une réflexion au sein des compagnies d'assurance, et à l'échelle sectorielle, pour l'introduction d'autres formes de distribution de l'assurance (*distribution porte à porte, média audio-visuel, téléphone, internet, etc.*) doit être menée.

2.3 La bonne gouvernance

La bonne gouvernance est une autre problématique autour de laquelle il s'avère plus que nécessaire d'engager une réflexion sérieuse : *« Cette question de bonne gouvernance des compagnies d'assurance doit être assurée par les organes spécialisés du ministère des Finances, ou faire l'objet, comme en 2006 en France, d'une consultation publique, initiée par l'Autorité de contrôle des assurances et des mutuelles (ACAM), l'équivalent en Algérie du Conseil de supervision des banques et assurances ou peut-être le Conseil national des assurances. »*.

Son financement pourrait être pris en charge par toutes les compagnies opérant en Algérie, ses conclusions serviront à coter la performance réelle de chaque compagnie intervenant sur le marché des assurances en Algérie.

L'ouverture du capital social dans le cadre de la loi sur les investissements étrangers est, par ailleurs, un autre instrument de compétitivité à même d'aider les entreprises d'assurances à améliorer notablement leurs performances.⁸⁰

⁷⁹ Belkadi S. « *les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie* », mémoire de magistère en science économique, université de Tizi-Ouzou, p.p.10-11.

⁸⁰ Voir *El Watan Économie* - Du 7 au 13 mai 2012.

2.4 Développer les opportunités de placement pour les compagnies d'assurance

Il est illusoire de parler de développement de l'assurance de personne lorsque le marché financier est inexistant. En effet, comment peut-on développer cette branche en Algérie lorsque les compagnies d'assurance sont obligées de placer les 50% de leurs provisions techniques auprès du Trésor public sous forme d'un placement rémunéré à un taux d'intérêt inférieur à 1%.

Cette obligation faite par le législateur algérien aux compagnies d'assurances fait certes référence aux règles prudentielles en la matière. Elle reste tout de même une obligation légale très pénalisante pour l'ensemble des compagnies d'assurance, vu la faiblesse de la rémunération des bons de trésors, et l'absence d'opportunités pour le placement des 50% d'engagement restants, du fait de la faiblesse du marché financier.⁸¹

En effet, le développement des assurances, notamment de personnes, est intimement lié au développement de ce dernier. Il serait dès lors plus que nécessaire de le dynamiser, et de mettre à la disposition des compagnies d'assurances de meilleures opportunités de placement, plus diversifiées, leur permettant de rentabiliser les produits d'épargne qu'elles collectent.

2.5 Faire connaître la branche assurance de personne

En assurance de personnes, le besoin n'est pas concret, comme un produit de consommation ; il n'est pas obligatoire comme l'assurance automobile, et il ne répond pas à un besoin de protection immédiat comme l'assurance dommage. Il faut le causer, le faire apparaître, pour le rendre plus discernable. Il faudra, par conséquent, que les actions en faveur de ce produit soient faites d'abord, dans le but de faire connaître l'assurance de personnes, de la faire admettre et ensuite de faire connaître les produits. A cet effet, des campagnes d'information et de sensibilisation nationale devront être initiées par les responsables afin de faire connaître la branche pour son utilité sociale et morale. Dès lors, les compagnies pourront proposer des produits en adéquation avec les convictions de chacun : des produits classiques de type européen, ou des produits spécifiques de type islamique.⁸²

2.5 La concurrence

Il faudrait dans une économie de marché en quête d'efficacité, développer la concurrence. Les enseignements théoriques autant que les expériences historiques ont largement démontré qu'il s'agit d'un aiguillon. Cette concurrence fera que la société

⁸¹ Sadi, N.H. « *Essai d'analyse du système des assurances dans la perspective d'une meilleure protection contre le sinistre : Cas des assurances en Algérie* ». Mémoire de Magistère en Science Economiques. Université Abderhmane Mira, Bejaia, 2006.

⁸² MEZDAD.L, « *Essai d'analyse du secteur des assurances et de sa contribution dans l'intermédiation Financière nationale* », Mémoire de magister, université Abderrahmane Mira, Bejaia, 2006.P. 124.

d'assurance ne se contentera plus d'attendre à ce que le client -souscripteur revienne à ses guichets commerciaux mais elle sera contrainte d'aller chercher ce client dans le potentiel assurable par le moyen de l'attractivité commerciale, le marketing, la communication, c'est sur ce terrain que se décidera, en partie, le devenir d'une société d'assurances, et par extension, celui du marché national.

2.6 La digitalisation de la relation client en Algérie

2.6.1 Le canal internet : les sites internet

Le site web est moyen indispensable pour chaque compagnie d'assurance, ils jouent double rôle :

- Moyen de communication par la promotion de l'image de la compagnie ;
- Moyen de marketing commercial par la promotion des services offerts.

Nous allons présenter un tableau récapitulatif de la présence des compagnies d'assurance en Algérie sur le Web.

Tableau N°14 : Présence des compagnies d'assurance en Algérie sur le web

Compagnie	Site Web	Responsif	Devis en ligne	Vente en ligne	Déclaration de Sinistre
SAA	Oui	Oui	Oui	Non	Non
CAAR	Oui	Oui	Non	Oui	Non
CAAT	Oui	Oui	Non	Non	Non
CASH	Oui	Oui	Oui	Oui	Non
2A	Oui	Non	Non	Non	Non
ALLIANCE	Oui	Non	Oui	Non	Oui
CIAR	Oui	Oui	Non	Non	Non
GAM	Oui	Oui	Oui	Non	Non
TRUST	Oui	Non	Non	Non	Non
SALAMA	Oui	Non	Non	Non	Non
AXA	Oui	Oui	Oui	Non	Non
CNMA	Oui	Oui	Oui	Non	Non
MAATEC	Oui	Non	Oui	Non	Non

Source : élaboré par nos soins

En faisant le parcours de ces différents sites web, nous avons constaté un décalage entre ce que doit être et ce qu'il en est réellement.

Nous allons présenter certaines insuffisances de ces sites :

- Le design est obsolète et un contenu général est presque identique pour toutes les compagnies ;
- L'absence d'effort fourni pour la bonne présentation des produits et la mise en valeur de l'image de l'entreprise ;

- L'impossibilité d'impression des contenus des sites ;
- Certains sites affichent des liens non accessibles (*liens morts*) ;
- Quelques sites ne sont pas responsifs (*ne s'affichent que sur les ordinateurs et non pas sur les tablettes et Smartphones*).

Les compagnies d'assurances doivent prendre conscience de ces insuffisances.

Pour que la compagnie profite de son site web, ce dernier doit satisfaire certains critères :

- Accessibilité (*faciliter la prise en main*) ;
- Facilité de la recherche de l'information ;
- Bon design ;
- Contenu intéressant ;
- Information mise à jour régulièrement ;
- Affichage adapté aux Smartphones et Tablettes ;
- Fonctionnalités utiles.

La création d'un site est indispensable mais son entretien et son control est encore plus important afin d'éviter les pannes indésirables et pour protéger ces clients contre les attaques de la cybercriminalité.

2.6.2 Le Canal réseaux sociaux

Le secteur des assurances est un secteur connu par la rude concurrence et la relation assuré- assureur basée sur confiance, pour cela de plus en plus de compagnies d'assurance dans le monde investissent dans le développement de leurs réseaux sociaux.

Selon le Cabinet d'étude indépendant Vanson Bourne, 25% des budgets marketing des compagnies d'assurances françaises sont dédiés aux réseaux sociaux en 2017⁸³.

En Algérie, 16 compagnies parmi 24 sont présentes sur les réseaux sociaux. Les réseaux les plus populaires chez les compagnies nationales d'assurances sont :

- Facebook : 16/24 compagnies ;
- LinkedIn 11/24 compagnies ;
- Twitter : 9/24 compagnies ;
- YouTube : 8/24 compagnies
- Instagram : 3/24 compagnies.

Parlant de Facebook le réseau le plus populaire en Algérie, les compagnies qui alimentent régulièrement leurs pages Facebook, sont celles qui comptent le plus d'abonnés.

⁸³ Brami Maximilien « *Digitalisation de l'économie, quel avenir pour la distribution en assurance ?* », École Supérieure d'Assurance, 2013-2014.

Selon le conseil national des assurances, le classement des compagnies selon le nombre d'abonnés sur Facebook est comme suit :

Macirvie (294.612), suivi de celui de la GAM Assurances (117.033), AXA (91.640), Trust Assurances (26.495) et Alliance Assurances (22.423). Viennent ensuite, un peu plus loin, dans l'ordre, ceux de l'Algérienne Vie (11.664), la 2a (10.940), Amana (9.725), CAarama (8.516)), la CAAT (6.172), la CNMA (5.038) et enfin la SAA (4.012).⁸⁴

Certaines compagnies fournissent l'effort de communiquer avec les abonnées de leurs pages, et autres se limitent à des publications inadaptées publiées irrégulièrement.

En dehors de Facebook, les autres réseaux sociaux sont tellement très peu utilisés par les compagnies et même leur utilisation n'est pas significative et avec un nombre limité d'abonnés qu'il n'y a pas lieu de citer leur classement.

Afin de tirer profit des réseaux sociaux chaque compagnie doit :

- Élaborer une stratégie adaptée au marché algérien ;
- Tracer des objectifs clairs et utiliser des moyens adéquats pour capter l'internet de l'assuré algérien ;
- Le contenu des réseaux sociaux doit être attractif (vidéographie, concours, infographie, ASQ, sondage, live, etc.) ;
- Les internautes ont pris l'habitude d'utiliser les réseaux sociaux comme guichets de réclamations en commentant les publications, donc une réponse rapide à leur commentaire est la clé de la crédibilité de l'entreprise et son image de marque.

Afin de renforcer leurs liens avec leurs clients, les compagnies d'assurances doivent s'y mettre, en optimisant l'utilisation de ces réseaux.

2.6.3 Le canal mobile en Algérie

31,460 millions d'internautes algériens (90,85%) se connectent via leur Smartphone et sont abonnés aux réseaux 4G et seulement 3,168 millions (9,15%) se connectent par l'Internet fixe ADSL.⁸⁵

L'explosion du nombre de mobinautes doit inciter de plus en plus les compagnies d'assurances algériennes à se doter d'applications mobiles, le développement de ces dernières devient indispensable. Jusqu'à maintenant une seule compagnie d'assurance en Algérie dispose d'une application mobile Carrama (*société d'assurance de personne*) lancé en 2018.

⁸⁴ Voir la revue semestrielle « *transformation numérique en Algérie, Acquis et défis* » éditée par l'association des diplômés de IFID n° 4 ; 2020

⁸⁵ BENZIANE Wassila, BERKATI Meriem « *les moyens de paiement et la monétique en Algérie* », Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences économiques ; université Abderrahmane Mira, Bejaïa, 2014/2015.

La majorité des internautes se connectent à internet via leurs smartphones et consacrent plus de 90% du temps de connexion sur les applications, on adoptant cet outil, Les compagnies d'assurance en Algérie peuvent tirer de grands avantages à savoir :

- Gagner en visibilité grâce à leur présence sur app store et Play store ;
- Occuper un espace sur le marché virtuel pour une meilleure exposition des services ;
- Communiquer avec les clients plus facilement, interagir avec eux et être toujours à l'écoute de leurs interrogations ;
- Gagner de nouveaux clients et fidéliser les anciens.

2.7 La blockchain une perspective prometteuse pour les assurances en Algérie

La blockchain est une technologie qui permet d'enregistrer des échanges, des transactions, des données et des informations consultables et accessibles par tous, partagées par ces différents utilisateurs sans intermédiaire. Ce système décentralisé, réputé infalsifiable et sécurisé grâce aux algorithmes cryptographiques séduit plein de secteurs. Les assurances ne sont pas en reste, en ce sens que cette technologie promet de faire baisser les coûts, gagner du temps, éliminer les risques de fraude et de falsification et assurer confidentialité et protection données personnelles.⁸⁶

Selon une récente étude du cabinet de conseil et d'audit PwC, intitulée «*Blockchain, catalyseur de nouvelles approches en assurance* », 56% des assureurs reconnaissent le potentiel de la blockchain et 57% ne savent pas encore comment se l'approprier.⁸⁷

Le premier produit d'assurances utilisant la blockchain a été lancé par le groupe AXA, il y a plus d'une année. En effet, Fizzy est un produit d'assurance proposant à ses souscripteurs d'être indemnisés directement et automatiquement en cas de retard de leur vol. Le remboursement se fait instantanément si l'avion fait un retard de plus de deux heures.

AXA explique le fonctionnement de ce produit : « *Quand vous achetez une assurance retard d'avion sur la plateforme Fizzy, nous enregistrons la transaction dans la blockchain Ethereum, un réseau informatique inviolable, ce qui rend le contrat lui-même également inviolable. Ce smart contract est connecté aux bases de données du trafic aérien mondial, et dès lors qu'un retard de plus de deux heures est constaté, l'indemnisation se déclenche automatiquement. AXA délègue donc la décision d'indemnité à un réseau indépendant, renforçant ainsi la confiance que le client peut avoir en AXA* ».

⁸⁶ Nozha Erragcha, Rabiaa Ramdhan, "New faces of marketing in the Era of the web: forme marketing 1.0 to marketing 3.0", journal of research in marketing, volum 2 NO.2. April 2014

⁸⁷ Voir la revue de l'assurance n° 21, Avril à juin 2018 édité par le Conseil national des assurances.

Le secteur des assurances suit, avec attention, cette « expérimentation » du groupe AXA. Il faut dire que malgré le large champ d'applications que promet la blockchain, les smart contracts, associés à l'internet des objets (IoT), apparaissent comme l'application la plus prometteuse dans le secteur de l'assurance. Selon le cabinet PwC, un smart contract est un contrat entre deux ou plusieurs parties, électroniquement programmables et dont l'exécution se fait automatiquement en fonction de l'apparition d'événements particuliers prévus dans le contrat.⁸⁸

La donnée nécessaire à l'exécution d'un contrat est remontée en temps réel par un nouveau tiers de confiance, « l'oracle » qui utilise une série de capteurs (*objets connectés*) pour tracer les événements. Dans le cas d'une assurance, l'annulation pour un voyage en train par exemple, l'oracle rapporte l'heure d'arrivée du train, en temps réel, pour la comparer avec l'heure d'arrivée prévue initialement dans le contrat. « *Encore au stade d'expérimentation, les smart contracts devraient avoir un rôle clé à jouer dans l'assurance et permettre l'accélération du développement de nouveaux modèles comme l'assurance à la demande, ou assurance à l'usage* ». ⁸⁹

De plus en plus aujourd'hui, du fait notamment du boom de l'économie de partage, les assureurs proposent des produits dont la souscription peut être activée à la demande, explique Pauline Adam-Kalfon, Directrice de PwC, spécialisée dans l'assurance. Elle ajoute en relevant, dans le communiqué de presse consultable sur le net, qu'« *avec la blockchain et l'IoT, le contrat d'assurance, la déclaration de sinistres et le remboursement pourront s'activer automatiquement à partir du moment où le bien partagé est équipé d'un capteur détectant le début ou la fin de la prise en main par l'assuré, ou tout autre événement déclenchant une déclaration de sinistre ou un remboursement* ». ⁹⁰

2.8 Les INSURTECH sont le vivier de la recherche et développement

Une InsurTech est un établissement totalement virtualisée dont les produits sont totalement commercialisés à travers leur plateforme ou leur site web Dont le processus est complètement digital sur PC, Mobiles et tablettes de la souscription jusqu'à la gestion des dossiers sinistres en passant par le paiement et le remboursement exclusivement par internet et virement bancaire Et enfin, qui ne possède aucune agence physique.

Avantage des Insurtech :

⁸⁸ Voir l'article édité par l'Union Algérienne des Sociétés d'Assurance et de Réassurance. Format PDF. Disponible sur: <http://www.uar.dz/chiffres-cles-du-secteur/>(Consulté le 13/06/2020).

⁸⁹ Rapport de Recherche « *Tradition et innovation font-elles bon ménage ? Les avantages et les risques de l'assurance pair-à-pair pour les consommateurs* » réalisé par Option Consommateurs et présenté au Bureau de la consommation d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada, juin 2018.

⁹⁰ https://www.cna.dz/extension/mydesign/design/mydesign/images/revue/Revue_Assurance_22.pdf

- Mobilité et rapidité ;
- Traçabilité et transparence ;
- Virtualisation du processus de souscriptions et de remboursements ;
- Diminution des primes d'assurance ;
- Dématérialisation des contrats ;
- Nouvelles technologies.

L'une des insurtech les plus connues est Alan spécialisée dans l'assurance santé, qui a vu le jour en 2016 et qui a depuis réalisé une levée de fonds de 40 millions d'euros début 2019, record dans le secteur.

En Algérie, le secteur des assurances est un secteur réglementée qui nécessite un agrément conformément, respectivement à l'ordonnance N°95-07 du 23 chaabane 1415 correspondant au 25 janvier 1995 relative aux assurances.⁹¹

En effet, la loi exige un capital social important qui ne peut en aucun cas ouvrir l'accès a des startups sur cette activité. Il apparait nécessaire voire même stratégique que cela puisse voir le jour ce qui, mécaniquement, dynamiserait la place financière algérienne tout autant que l'image de l'Algérie en tant que "startup nation" , Le capital social qui est aussi et surtout un élément de sécurisation des engagements de ce type de société vis à vis de ses clients devrait être révisé à la baisse pour promouvoir la réinvention des métiers et attirer les investisseurs sur un marché en forte demande d'inclusion bancaire.

Propositions pour lancer les Insurtech en Algérie :

- Diminuer le capital social de ces activités réglementées à 10 millions de dinars minimum par branche d'assurances à commercialiser ;
- Autrement dit si des investisseurs dans l'InsurTech veulent distribuer et vendre que la garantie automobile par exemple, ils devront déposer en capital 10 millions de dinars et ainsi de suite pour chaque garantie qu'ils souhaiteraient commercialiser sur le marché ;
- Toute augmentation de capital pourra faire l'objet d'une opération de bourse ou de crowd funding et ce, afin de faire émerger les financements alternatifs ;
- Autorisation d'implantation sur les marchés étrangers du fait de la stabilité du projet et son exportabilité pour permettre de faire émerger des champions maghrébins et continentaux.

⁹¹ Voir l'ordonnance 95.07 du 25 janvier 1995 : loi qui régit le secteur des assurances en Algérie.

2.9 Faire dans l'innovation et la qualité du service

Il y a deux grandes tendances pour l'innovation dans l'assurance. Un développement de l'utilisation de la data, autour des données clients, partenaires et collaborateurs, qui conduit à la génération de modèles prédictifs nourris d'intelligence artificielle.

La seconde tendance réside dans le fait que cette évolution ne se fait pas au détriment du collaborateur. Au contraire, la technologie se met au service de l'humain et le décharge de tâches à faible valeur ajoutée.

À propos de la data, les assureurs sont passés d'une approche « *exploratoire* » (*établir des tendances, des segmentations, des profils types...*) à une data « *actionnable* ». Ils cherchent à transformer la connaissance en action. Cela consiste, par exemple, à donner au conseiller « *augmenté* » des outils qui vont lui permettre de devancer les besoins de son client pour lui proposer des services utiles et différents. Pour concrétiser cet objectif, l'assureur doit devenir un agrégateur capable d'intégrer très rapidement de nouveaux services développés par des partenaires tiers. Une autre évolution émerge autour de l'hyper-personnalisation des offres ou Le client propose un tarif et l'assureur établit une offre de services correspondants.

La crise sanitaire de 2020 liée à la Covid-19 a souligné pour les assureurs la nécessité de faire évoluer leurs offres. Ils doivent ainsi prendre en compte un environnement économique et social marqué par des taux bas, une hausse du temps partiel, le développement d'activités complémentaires rémunérées et des engagements environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG). « *La crise amène les assureurs à se réinventer encore plus rapidement en repensant leur utilité vis-à-vis des clients* », affirme le directeur général adjoint d'un assureur.

Les assureurs doivent de plus faire face à des risques liés à leur activité, à l'instar notamment des risques de cyber sécurité, en nette hausse depuis le début de la crise.⁹²

Les offres tournées vers la prévention, comme la prévention routière, la prévention des risques pour les clients entreprises ou encore l'éducation financière en matière d'épargne retraite, sont elles aussi davantage demandées aujourd'hui, en raison des inquiétudes suscitées parmi la population par le contexte de crise de la Covid-19. Pour cibler avec précision les besoins de leurs clients, les assureurs développent des offres personnalisées à destination de

⁹² Voir la revue finassurance n° 04 « *Les assureurs face au COVID-19* », entretien avec Mr Sais Nacer PDG de la SAA, 2020, disponible sur le lien : https://www.cna.dz/content/download/53971/369473/version/1/file/Finassurance_04.pdf

communautés de clients, par exemple pour les sourds et malentendants, les conducteurs de motos, les personnes de plus de quatre-vingts ans.⁹³

Penser l'innovation non plus autour du produit mais autour du client est une approche partagée par les acteurs interrogés dans le cadre de cette étude. Il s'agit là d'une illustration concrète du concept de « *jobs to be done* », développé en 2016 par l'économiste

Clayton Christensen, professeur à Harvard Business School. Pour façonner leurs services, les assureurs entendent ainsi donner la primauté aux besoins du client, comme celui de se déplacer en sécurité ou encore de gérer son patrimoine de manière optimisée. Dans cette optique, certains assureurs développent toute une palette d'offres innovantes, conçues en partenariat avec des entreprises d'autres secteurs et des start-ups.

Ces services émergents vont de la détection d'une situation de risque à l'accompagnement post sinistre pour couvrir avec efficacité tous les besoins dans le temps du client en matière d'assurance. « Les services sont voués à être améliorés, notamment en ce qui concerne la gestion des sinistres.

L'intelligence artificielle (IA) doit être généralisée, de façon massive, pour garantir un traitement immédiat du sinistre dans huit cas sur dix. », Atteste la directrice innovation d'un assureur.

Avec la généralisation du télétravail pendant la crise, certains assureurs développent à destination des entreprises des services pensés pour améliorer l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée de leurs collaborateurs. Pour cela, sont proposés des services par abonnement aux entreprises qui vont bien au-delà de la seule assurance :

- Prise de rendez-vous médicaux ;
- Aide à la personne ;
- Aide aux devoirs ;
- Formation aux gestes de secours.

L'IA sert principalement à optimiser deux activités du métier des assureurs :

▪ **La gestion des devis**

L'IA permet de formuler rapidement une offre précise et attrayante, en temps réel. Le principe repose sur la reconnaissance visuelle. Prenons l'exemple de l'assurance habitation. En soumettant à la machine une représentation visuelle du lieu d'habitation de l'assuré, elle va pouvoir identifier le type de zone d'habitation et interpréter le degré d'exposition au risque

⁹³ *Idem*

(*zone inondable par exemple*). En fonction, elle proposera un tarif sur mesure. Un service d'une telle qualité était auparavant impossible à distance sans l'IA.⁹⁴

▪ **La gestion des sinistres**

Dans ce domaine, le principal bénéfice qu'apporte l'IA est de faire évoluer le rapport à l'assureur. La relation à ce dernier est principalement jugée à la rapidité à laquelle il va gérer le sinistre, et à la fiabilité de son diagnostic. L'IA va permettre d'améliorer chacun de ces points. Des chercheurs travaillent actuellement sur la reconnaissance visuelle qui permettra, à partir d'une photo d'une voiture accidentée par exemple, d'évaluer le coût des réparations, le montant de la prise en charge par l'assureur et le reste à charge pour l'assuré en fonction de son contrat.

Conclusion

Le marché des assurances connaît de profondes mutations compte tenu de son rôle économique et social. D'une manière générale, l'état a déployé des efforts considérables afin de lever les restrictions et les obstacles qui se dressent devant les investisseurs dans le domaine des assurances, notamment à travers la loi 06/04 du 20 février 2006, qui modifie et complète l'ordonnance 95/07 du 25-01-1995.

Les opportunités d'investissement sont encore plus grandes dans le secteur des assurances de personnes, compte tenu du faible taux de pénétration et des nouveaux besoins de sécurité et de prévoyance. Le secteur tout entier est soutenu par l'assurance automobile obligatoire et l'assurance des personnes à cause essentiellement des assurances de groupe et de l'assurance exigée pour l'obtention d'un crédit bancaire. La dynamisation du marché des assurances par le développement des assurances de personnes et de capitalisation.

Le « tout digital » ne sera plus une vue de l'esprit. C'est dans ces contours-là que les assureurs développeront, le plus, leurs offres et faire, ainsi, face à la rude concurrence. C'est connu, la digitalisation et l'innovation se posent en impératifs incontournables pour qu'un chiffre d'affaires de tout opérateur économique, assureur compris, soit arraché devant la concurrence et, plus âpre encore, soit pérennisé. En effet, les assureurs algériens se doivent de profiter de l'avancée technologique et surfer sur cette vague en la transformant de menace à opportunité.

Le développement du marché assurantiel en Algérie et les perspectives de croissances de ce dernier, est l'un des facteurs principaux de l'entrés des nouveaux concurrents sur le

⁹⁴ McKinsey Global Institute, Internet des Objets : Cartographier la valeur au-delà de la Hype, juin 2015 : Institut d'information sur l'assurance

marché algérien des assurances. On peut affirmer à la suite de nombreux observateurs et spécialiste du secteur des assurances, que les perspectives de développement sont réelles, mais qu'elles sont conditionnées comme on peut le souligné par des réformes structurelles inhérentes au fonctionnement d'économie de marché efficiente.

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

Introduction

Le secteur des hydrocarbures est certes le domaine de prédilection de la CASH, mais pour cette compagnie la réussite passe par un portefeuille diversifié en termes de nature et de taille de risques. La CASH ambitionne de se positionner parmi les leaders du marché des entreprises et mise beaucoup sur l'attractivité de ses produits.

Au cours de la première section, nous allons prendre connaissance de la CASH, à travers sa présentation, ses objectifs et références, ainsi sa structure et dans la 2ème section nous allons voir ses axes d'orientations stratégiques, et sa politique de diversification des produits.

Section 01 : Présentations et références de la CASH

1. Présentation de la cash

La Compagnie d'Assurances des Hydrocarbures, par abréviation CASH, est agréée pour pratiquer toutes les opérations d'assurance Dommages, sur l'ensemble du territoire national.

Son capital social est détenu majoritairement par le Groupe SONATRACH, relevant du Ministère de l'Énergie, avec 82% des parts et le reste est détenu par le Ministère des Finances à travers le réassureur national, la CCR, et la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance, la CAAR.⁹⁵

Spécialisée au départ, dans la couverture des risques pétroliers et d'énergie, elle s'impose rapidement, les années suivantes, comme un acteur incontournable sur les risques de grands projets industriels et de construction.

Nonobstant la conjoncture économique difficile de 2015, la CASH a su tirer profit de sa stratégie de diversification de son portefeuille et a pu, grâce à ses compétences et son savoir-faire dans la couverture des risques de pointe, rester leader dans les risques de pointes notamment ceux en relation avec le secteur énergétique et celui des grands projets de construction.

Consciente de cette situation difficile et de la nécessité du maintien et de la consolidation de ses acquis dans un marché soumis à une concurrence de plus en plus accrue, la CASH privilégie la mise en œuvre des plans de formation sélective de son effectif sur tous les aspects de la profession et le renforcement de son réseau par l'ouverture d'autres agences.

⁹⁵ Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des ventes en ligne-souscription et indemnisation ».

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

Aujourd'hui, la Compagnie d'Assurances des Hydrocarbures « CASH », reste l'un des acteurs majeurs du marché des assurances et arrive à maintenir sa position parmi les cinq premières compagnies d'assurances du marché (toutes branches confondues) et elle est le deuxième (2ème) plus important assureur des risques industriel de l'entreprise⁹⁶.

1.1 Historiques de la compagnie

Créée en 1999, la CASH a débuté son activité en 2000, initialement pour pratiquer exclusivement les opérations d'assurances liées au secteur des hydrocarbures, elle s'est ensuite repositionné ces dernières années et adopté le principe de la diversification de ses souscriptions en vue de répondre aux impératifs de sécurité du portefeuille et de la pérennité commerciale.

La CASH est ainsi agréée pour pratiquer toutes les opérations d'Assurances et de réassurances touchant à l'ensemble des secteurs d'activité avec une orientation vers les grands risques et les risques d'entreprises.

Cette orientation stratégique a permis à la CASH en peu de temps de constituer un portefeuille d'affaires varié et à compter parmi sa clientèle des entreprises intervenant tant dans la pétrochimie que dans d'autres créneaux tels :

- Le dessalement d'eau de mer ;
- Le génie civil, le transport maritime ;
- L'industrie pharmaceutique ;
- L'agro-alimentaire... etc.

⁹⁶ Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des vente en ligne-souscription et indemnisation ».

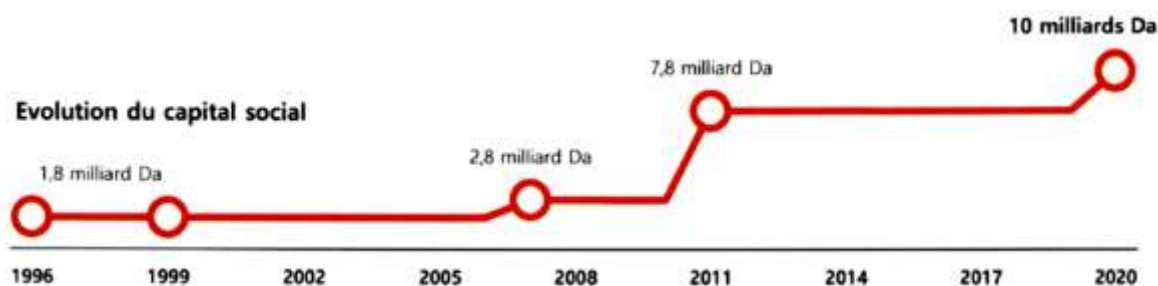
Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

Tableau N°15 : Évolution et historique de la CASH

Périodes	Evolution de la période
[2000-2002]	Orientation quasi exclusivement sur la gestion des risques liés à l'énergie et aux hydrocarbures.
[2002-2003]	Déploiement de l'activité vers les grands risques industriels et de pointes ainsi que les grands projets de construction et de montage.
A partir de 2003	Diversification en ciblant le segment du marché relatif aux risques de PME/PMI, des commerçants et artisans. L'évolution des engagements et des investissements découlant du développement de son activité, a nécessité des mises à niveau de son capital social.
[2007-2011]	Augmentation du capital social à 2.800.000.000,00DA, par apport équitable de ses actionnaires.
2011	Nouvel apport du Groupe SONATRACH, le capital social est passé à 7.800.000.000,00 DA, faisant de ce dernier le principal actionnaire avec une part de 82%.
[2013-2014]	La compagnie dote d'un siège social en toute propriété au cœur de la capital, et accélère l'extension de son réseau commercial.
2015	La CASH créé en partenariat avec la BNA et le groupe koweïtien GIG, une compagnie d'assurances de personnes dénommée « l'ALGERIENNE VIE » /AGLIC.
2016	Résultat record de plus d'un milliard Da, grâce notamment aux produits financiers réalisés dans le cadre de l'emprunt national pour la croissance économique (ENCE).
2019	La vision est redessinée, en axant l'intervention sur la prestation rendue aux clients et sur leurs besoins évolutifs. Un nouveau plan stratégique à l'horizon 2024 exprime cette réorientation et inclut une feuille de route de transition digitale. La CASH réalise de brillantes performances.

Source : rapport annuel 2019 CASH.

Graphe N°05 : l'évolution de l'actionnariat de la CASH Assurances



Source : Communiqué interne CASH 2020 de la compagnie.

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

Figure N° 05 : Les actionnaires de la CASH Assurances



Source : Rapport annuel 2019 de la compagnie.

1.2 Les objectifs de la société

Plusieurs objectifs cohérents et diverses actions ont été mis en œuvre par la CASH dans le cadre de la stratégie de développement.

Ses objectifs se résument aux points suivants :

- Le maintien de sa position dominante sur le marché des grands risques ;
- L'amélioration constante de sa part de marché sur le segment des risques liés aux PME/PMI ;
- L'extension progressive de son réseau de distribution ;
- La formation intensive de ses cadres ;
- L'amélioration continue de son système d'information intégré ;
- Le programme de réassurance privilégiant la prudence pour garantir une protection optimale des engagements ;
- Le maintien des règlements des sinistres à un rythme soutenu ;
- La diversification de ses produits d'assurance.

1.3 Les produits et services de la compagnie

La compagnie Cash assurances propose divers produits d'assurances :

- Assurance automobile ;
- Assurance multirisque habitation ;
- Assurance bateau de Plaisance ;

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

- Assurance Catastrophes Naturelles ;
- Cat-Nat (à usage commercial et industriel) ;
- Assurances Incendie Risque Simple ;
- Assurances RC Générale ;
- Assurances RC Professionnelle
- Assurances Bris de Glace ;
- Assurances Dégâts des eaux ;
- Assurances Vol sur Marchandises / coffres ;
- Assurances Multirisques Matériel Informatique ;
- Assurances Voiturier.

1.4 Le capital humain de la compagnie

La CASH Assurances emploie 651 personnes, tous corps de métiers confondus et à travers une vingtaine de wilayas, soit une trentaine de localités.

Il y lieu de souligner que 60% de l'effectif de la compagnie est jeune, en ayant moins de 40 ans, et 18% d'entre eux sont des cadres post-gradués (64% des effectifs sont universitaires). Le potentiel humain demeure la plus grande force de la compagnie ;

1.5 La CASH au sein du marché des assurances

D'une manière générale, l'Etat a déployé des efforts considérables afin de lever les restrictions et les obstacles qui se dressent devant les investisseurs dans le domaine des assurances. Cela a permis l'apparition de nouvelles sociétés d'assurances et parmi ces sociétés, on trouve la CASH.

1.6 La position de la CASH sur le marché algérien des assurances

En dépit de la forte stagnation qu'a connu le marché des assurances ces dernières années, la CASH est parvenue à conserver sa position dans la majorité des segments qu'elle domine, notamment dans les branches à forte concentration de valeurs assurées.

Elle a toutefois été reléguée à la 5^{ème} place des assureurs de dommages, devancée par une société qui tire l'essentiel de sa croissance de la branche automobile.

La CASH est la seule société qui détient un portefeuille d'affaires composé à moins de 37% de primes sur la branche automobile. Cette branche que commercialise la CASH pour l'heure comme produit d'appel, ne représente en effet que 8% de son chiffre d'affaires, contre au moins 33% pour chacun de ses concurrents.

Abstraction faite des assurances automobile, la CASH demeure le deuxième assureur en Algérie, en solide leader dans l'assurance des risques de construction, et conforte ainsi sa

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

position de second plus grand assureur des risques IRD.

Elle conserve par ailleurs sa troisième position au classement des assureurs du secteur de transports.

Ainsi, la CASH assurances organise annuellement au profit de ces clients et d'opérateurs économiques, en vue de présenter ses produits et leur faire part des avancées enregistrées dans ce domaine, et ce, outre la présentation de nouvelles offres que son staff s'attèle à proposer prochainement⁹⁷.

Pour exemple, et en concordance aux mutations et avancées technologiques continuent touchant l'ensemble des secteurs économiques, le Chef de Division des opérations techniques au sein de la compagnie, a évoqué un éventail de nouvelles offres qui découlent de l'innovation dans le domaine des assurances, telles l'intelligence artificielle employée aux services de la prévention et de la réparation des sinistres des assurés ou des tiers⁹⁸.

Il a évoqué de même, l'opportunité que représente l'emploi du Big Data dans le domaine pour attirer de nouveaux clients et leur proposer une offre pertinente et efficace et individuellement adaptée en plus d'une possibilité d'une meilleure détection des fraudes, mentionnant l'exemple d'un assureur chinois ayant pu vendre 8 milliards de polices d'assurances par voie numérique à 500 millions d'assurés en seulement quelques années.

1.7 La perspective stratégique de développement de la CASH

La nouvelle situation du marché, caractérisée par la déspecialisation et la suppression du monopole ainsi que par l'adoption de l'ordonnance N° 07/95 de la 25/01/1995, complétée et modifiée par la loi 06-04 portant sur l'ouverture du marché des assurances, a contraint la société d'assurance à s'adapter aux nouvelles perspectives d'exploitation et à effectuer des choix stratégiques pertinents.

La CASH aspire à développer son portefeuille d'affaires au titre des risques d'entreprises et des professionnels, à pérenniser des croissances rentables de ses activités et à contribuer de façon durable, grâce notamment à son rôle actif au sein du marché, à ses performances et à la modernisation perpétuelle de ses services, à l'essor de l'industrie nationale des assurances.

En termes d'actions, la stratégie sera mise en œuvre par l'investissement de nouveaux champs d'activité par la création de filiales spécialisées, soit dans des branchés d'assurances, soit dans des domaines connexes de valorisation des ressources financières. Ainsi qu'avec le

⁹⁷ Document interne à la CASH assurance « rapport annuel 2019 ».

⁹⁸ Algérie Eco, toute actualité de l'économie en Algérie, disponible sur www.algerie-eco.com consulté le 23/03/2021 à 15h.

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

lancement de nouvelles gammes de produits.

2. La structure de la cash

2.1 L'organisation de la société

L'organisation structurelle de la CASH se compose de : la direction générale, des directions régionales et du réseau de distribution⁹⁹.

2.1.1 La direction générale

La direction générale est le sommet de la hiérarchie. Elle a pour principale fonction de définir la politique générale de la société et les orientations globales et de veiller à son application.

Une direction de communication a, par ailleurs, été rattachée à la direction générale. Elle se chargera d'améliorer la qualité des interactions de la CASH avec son environnement (médias locaux, régionaux et internationaux, public, entreprises...).

2.1.2 Les directions régionales

Les directions régionales représentant la société au niveau régional. Elles sont chargées d'assister, de gérer, de coordonner, d'animer et de contrôler l'ensemble des activités exercées par le réseau de distribution dans les domaines technique administratifs, comptables et financiers.

Elles sont au nombre de 3 : direction régionale centre (DRC), direction régionale est (DRE) et direction régionale ouest (DRO).

2.1.3 Le réseau de distribution

Le réseau de distribution est constitué d'un réseau direct et un réseau indirect. Le réseau direct est composé de 23 agences chargées de la réception des clients, de la fourniture des renseignements qui peuvent intéresser les assurés, de l'établissement, de l'enregistrement ainsi que la gestion des polices et avenants. Le réseau indirect est composé de 3 agents généraux (AGA)¹⁰⁰.

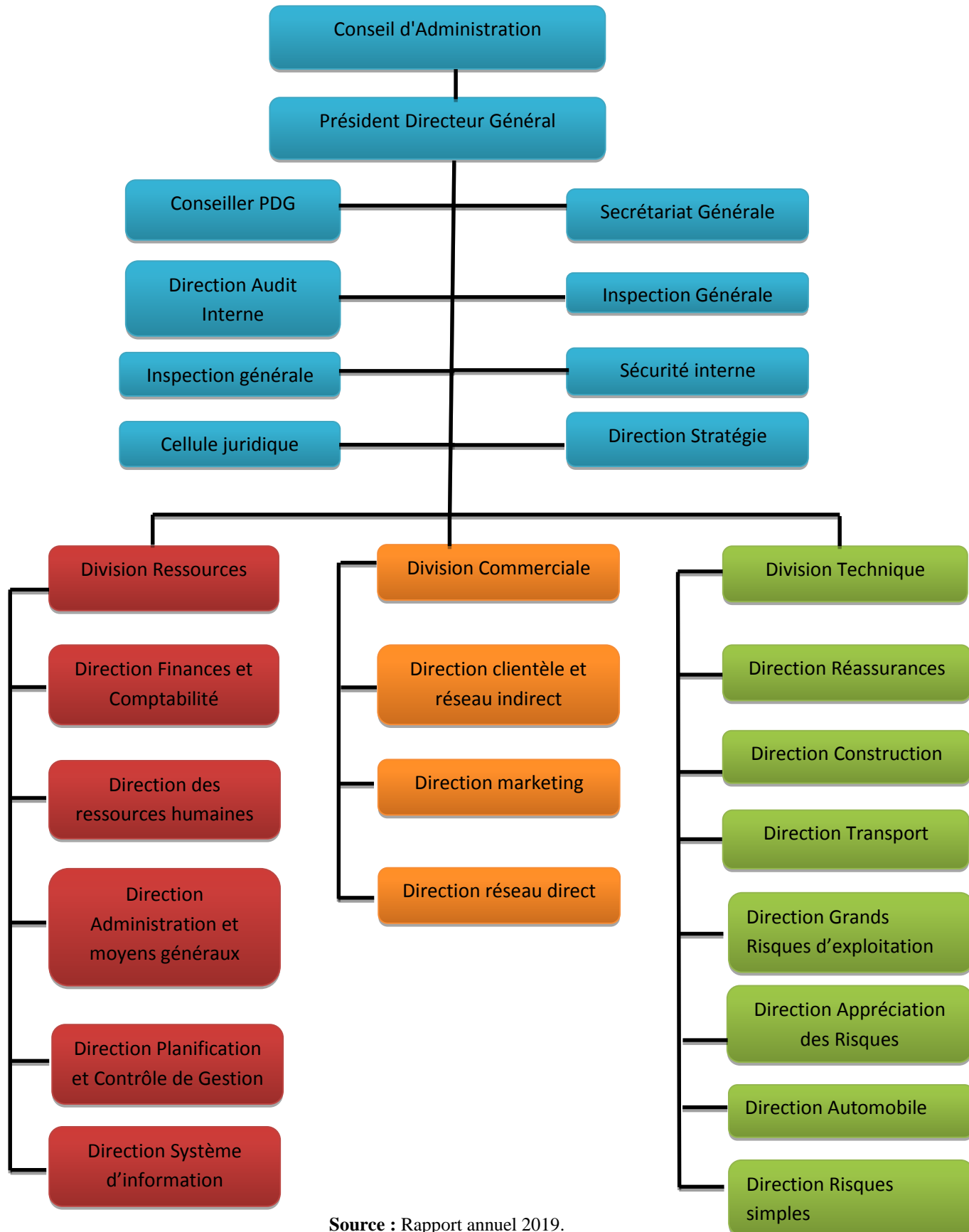
Schématiquement, cette organisation se présente comme suit :

⁹⁹ Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des vente en ligne-souscription et indemnisation ».

¹⁰⁰ Document interne à la CASH assurance « rapport annuel 2018/ 2019 ».

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

Figure N° 06 : Organigramme de la CASH



Source : Rapport annuel 2019.

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

Section 02 : la stratégie de la CASH

L'objectif clef de la CASH est d'asseoir définitivement les bases de sa pérennité commerciale, en accroissant ses performances et sa rentabilité globale.

Cette objectifs stratégique indissociable de l'amélioration perpétuelle de la qualité de service rendue aux clients, nécessite le positionnement de la société en tant qu'acteur majeur sur le marché algérien des assurances et exige une rentabilité financière garantissant un rendement satisfaisant du capital investi par ses actionnaires.

Dans le cas de la CASH, cette rentabilité ne peut se reposer que sur la performance technique d'un seul portefeuille, qui plus est particulièrement vulnérable aux incertitudes économiques qui planent sur les pays producteurs de pétrole. La diversification du portefeuille doit obéir à des impératifs d'équilibre et de rentabilité

En effet, et à la lumière des résultats enregistrés au cours du dernier quinquennat, il est rassurant de relever quelques évolutions appréciables :

- La fragilité du portefeuille s'atténue au fil des exercices avec l'accroissement du nombre de contrats (évolution annuelle moyenne de plus de 20% entre 2010 et 2016)
- La part des avenants de prorogation de délai dans la constitution du chiffre d'affaires suit une tendance baissière (28% en 2011 ; 23% en 2012, 24% en 2013, 12% en 2014 et en 2015)
- Le poids des risques d'entreprise est en constante amélioration
- Les assurances des facultés maritimes suivent une tendance rassurante, notamment au titre des produits Incendie & risques annexes et les assurances de flottes de véhicules.
- La contribution du réseau de distribution et des courtiers dans la réalisation du chiffre d'affaires connaît une croissance encourageante.
- Le taux de représentation des engagements réglementés a dépassé les 100% à partir de 2014.¹⁰¹

1. Les axes et les orientations stratégiques de la CASH

Le Plan à moyen terme de la CASH sera guidé par les axes suivants :

1.1 Consolider la position sur le marché des Grands risques

Le portefeuille des grands risques présente l'avantage d'être limité en termes de projets et partant d'intervenant : la spécialisation de la cash sur ce type de risques lui a valu d'être le

¹⁰¹Document interne à la CASH assurance « rapport annuel 2019 ».

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

leader reconnu tant au plan national qu'international, et de devenir au fil du temps un acteur quasiment incontournable dans la couverture des risques liés notamment aux grands projets de construction et ceux en relation avec le mode de l'énergie et des hydrocarbures.

Au nombre des inconvénients de ce portefeuille, l'on pourra citer les engagements importants par risque, les taux de marge réduits par le recours passif à la réassurance facultative, le pouvoir de négociation avec les clients et les fournisseurs quasi-inexistant...

C'est ainsi que pour des impératifs liés notamment à l'équilibre technique et financier et à la rentabilisation du portefeuille, l'entreprise devra procéder en cours de plan à l'augmentation progressive de son capital social pour mieux sécuriser ses engagements très élevés dans cette catégorie de risque d'une part, et pour augmenter sa rétention et ses capacités de souscription lui épargnant ainsi un recours déraisonnable à la réassurance facultative d'autre part.

Devenue un impératif urgent, la recapitalisation de la compagnie lui permettra par ailleurs de s'aligner sur ses concurrents directs, et lui procurera davantage de capacités qui pourront notamment être mises à profit dans le cadre des acceptations en réassurance ou de la coréassurance des risques.

Par ailleurs, le positionnement en tant qu'acteur majeur sur ce marché passera nécessairement par l'entretien et le développement des relations d'affaires avec le principal client de la CASH, à savoir Sonatrach, et ses nombreuses filiales. Pour ce faire, la compagnie projette de mettre en place un programme d'assurance/réassurance global, couvrant l'ensemble des risques Sonatrach & filiales, aussi bien pour les risques situés en Algérie qu'en accompagnement des projets réalisés au-delà des frontières¹⁰².

D'autre part, la forte concurrence sur les risques Energie/Hydrocarbures, leur forte volatilité, leurs marges réduites par la réassurance et leur renouvellement très aléatoire, du fait notamment du recours systématique aux appels d'offres, constituent autant d'éléments qui inciteront la CASH à favoriser la coassurance et/ou coréassurance et à développer davantage ses souscriptions dans les autres catégories de risques industriels (mécanique, électronique, agroalimentaire, électroménager, métallurgie, sidérurgie, industrie automobile, aéronautique, mines & carrières, industrie & construction spatiales/navale,...).

L'autre élément de la stratégie de la compagnie pour mieux investir ces secteurs, consistera à solliciter à court terme Sonatrach, afin d'intégrer dans les conseils d'administrations de ses filiales/participations, notamment celles activant dans les domaines

¹⁰² Document interne à la CASH assurance « rapport annuel 2019 ».

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

de l'énergie, des hydrocarbures, de la construction et des transports, des cadres supérieures de la CASH.

1.2 Accroître les capacités d'acceptation des risques

En Algérie, la technique de réassurance n'a pas fondamentalement évolué depuis une dizaine d'années, même si le montant des primes cédées par le marché national a été multiplié par trois entre 2005 et 2014¹⁰³.

Les mutations ont surtout concerné les dispositions règlementaires qui ont priorisé le contrôle des flux monétaires, par rapport au d'une concurrence pure et parfaite au sein du marché des assurances. Par contre, et même si l'Algérie n'est qu'à une phase de balbutiement, l'exigence en fonds propres et en appréciation des risques, poussent progressivement les réassureurs à modifier la façon d'exercer le métier, à travers un contrôle plus strict des risques et une meilleure allocation du capital (par marché et par branche).

Ces contraintes sont d'autant plus difficiles à gérer que l'industrie de la réassurance est toujours sujette à un déroulement cyclique (avec des phases de sous-rentabilité et sous-provisionnement), à une forme d'anti sélection (les assureurs se défont des risques les plus importants), à de faibles barrières à l'entrée (facilité de lever des capitaux), à un développement potentiel des sinistres du passé (mutualisation temporelle difficile), ainsi qu'à l'intensité et la fréquence des catastrophes.

En tête du classement des cédantes depuis plus de dix ans, la CASH mesure précisément les contraintes des entreprises à la recherche de couvertures en réassurance, et maîtrise parfaitement les différents mécanismes qui peuvent apporter des réponses à leurs préoccupations. En effet, elle collabore étroitement, depuis plus de quinze ans, avec les meilleurs partenaires internationaux (réassureurs & courtiers), et entretient des rapports privilégiés avec le réassureur national auquel elle transfère annuellement plus de 55% de ses primes cédées, ce qui représente près de 30% des primes acceptées par la CCR auprès du marché local¹⁰⁴.

Pour la CASH, le développement de ses capacités d'acceptation des risques exigera, au-delà du relèvement nécessaire de son capital social qui augmentera de façon significative les portions supplémentaires de capital à allouer aux risques, une réorganisation qui permettra

¹⁰³ https://www.memoireonline.com/02/17/9592/m_Systeme-mobile-banking-analyse-statistique-des-determinants-du-revenu-des-agents-de-proximite-dans6.html

¹⁰⁴ Bulletin des assurances n° 36, édité par le Conseil national des assurances, 2020, web : www.cna.dz

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

par ailleurs de doter la compagnie des compétences et des structures pouvant à terme gérer un portefeuille de risques riche et diversifié, réparti sur plusieurs régions du monde.

Condition essentielle au développement de cette activité, la recapitalisation de la CASH qui interviendra en deux phases (2017 12,8 mds Da et 2019 17,8 mds Da), ne manquera pas de faire bénéficier le marché des surplus de capacités que pourra mettre la compagnie à sa disposition, que ce soit en termes d'acceptation directe des risques ou de coréassurance.

Cette réorganisation sera soutenue par un programme de formation des cadres aux métiers de souscripteurs (techniques de réassurance, commercial, anglais d'affaires.) Et par la mise en place de procédures spécifiques à cette activité. Au sujet des compétences, la compagnie a lancé en 2016 une opération de parrainage d'une dizaine de diplômés de l'école nationale polytechnique, pour une formation en assurance et Risk management dans la perspective de disposer à moyen terme d'un vivier de compétence qui sera exploité notamment dans le cadre de la souscription et des visites de risques nécessitant un degré élevé de technicité¹⁰⁵.

L'intégration des acceptations au système d'information à travers un module informatique entièrement dédié est également une étape prévue et importante pour la gestion efficace de ce portefeuille.

Au plan de l'activité, la compagnie définira en concertation avec ses partenaires, une politique de souscription étayée par un programme d'acceptation (nationales/internationale), qu'il s'agira de faire évoluer, en fonction de ses capacités et des partenariats qu'elle aura préalablement sollicités, notamment avec le réassureur national.

S'agissant des acceptations internationales, et afin de donner de meilleures chances de succès à leur croissance, la CASH reprendra dès 2017, le processus suspendu en 2012, en vue de l'obtention d'un rating auprès d'un organisme habilité et mondialement reconnu.

Elle pourra éventuellement solliciter l'accompagnement de cabinets spécialisés pour que ses démarches aboutissent vers une notation de qualité, gage de relations d'affaires privilégiées avec les cédantes et les réassureurs étrangers

Le développement des acceptations émanant de l'étranger requiert par ailleurs un meilleur positionnement de l'entreprise, c'est pourquoi, il s'agira pour elle d'adhérer à très court terme, aux organisations les plus influentes (régionales et internationales) et de développer davantage ses relations d'affaires avec les courtiers et réassureurs internationaux.

¹⁰⁵ Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des ventes en ligne-souscription et indemnisation ».

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

En termes d'actions franches, la CASH privilégiera à partir de 2017, la mise en place d'un partenariat avec la CCR pour le lancement de cette activité dans les meilleures conditions.

La compagnie pourra ainsi favoriser la création de pools de réassurance et/ou de coréassurance, de nature à contribuer à l'augmentation des capacités nationales et régionales.

Ce nouveau domaine stratégique offrira forcément à la CASH et à ses partenaires, notamment Sonatrach, des perspectives de partenariats particulièrement profitables, surtout en matière de prise en charge intégrale des risques de SH (filiales et partenaires), à travers notamment la mise en place en collaboration avec « Sonatrach » d'une approche globale de gestion des risques et de diversification du portefeuille d'acceptations.

1.3 Mettre à profit les compétences et les capacités de la CASH en Risk_management

Dans le but de recenser, comprendre et maîtriser leurs risques, les entreprises ne peuvent plus se contenter de bien gérer les polices d'assurances. Une approche globale de gestion des risques au sein de l'entreprise est devenue une nécessité vitale, qui ne doit pas se résumer aux périls qui menacent le patrimoine et les personnes, mais également à la santé financière et à la solvabilité de la société.

Le métier de Risk manager apparaît alors comme l'outil idéal permettant justement de déceler les menaces, de les évaluer en termes d'impact sur l'activité, de mettre en place des stratégies pour les éviter ou les atténuer et d'imaginer les différents scénarios de sortie de crise en cas de réalisation du risque.

La préoccupation première de l'entreprise consiste donc à garder constamment sous contrôle les risques qu'elle encoure, même si parfois ses stratégies pour y parvenir vont du transfert total ou partiel du risque, en passant par la réduction de ses effets ou carrément la rétention pour certains périls aux conséquences « acceptables ».

Qui de mieux placé qu'une compagnie d'assurance pour mesurer l'importance de cette fonction dans la maîtrise de ses risques internes, et de ceux qu'elle s'est engagée à prendre en charge ou à transférer vers les réassureurs. Elle dispose de l'opportunité de la mettre au service de sa clientèle et se différencier ainsi de ses concurrents. En effet, plusieurs intervenants de la chaîne de prévention des risques ont très vite cerné les enjeux de la mise en place d'un tel outil. A leur tête : les industriels bien sûr, mais surtout les assureurs, les réassureurs et mêmes les courtiers.

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

Pour rappel, en 1997 déjà, Sonatrach avait entrepris des démarches, aux côtés de la CAAR et de la CCR¹⁰⁶, pour la création d'une société de Risk Management en joint-venture avec le courtier britannique UIB : United Insurance Brokers qui dispose déjà d'une filiale à 100% de Risk management¹⁰⁷.

L'Algérie fait partie des pays en voie de développement ayant bâti leur croissance économique sur l'exploitation des richesses fossiles, Les investissements considérables réalisés dans ce domaine, ont très vite nécessité la mise en œuvre de mécanismes internes et externes visant à protéger les activités et les installations coûteuses.

Au moment où certaines entreprises se sont instinctivement orientées vers les approches classiques que constituent les techniques de transfert des périls, d'autres, considérablement moins nombreuses, se sont intéressées à la gestion active des risques. Et pour cause, ce n'est que récemment que la notion de Risk Management a été progressivement intégrée aux stratégies de certaines entreprises, en raison probablement de la surprotection de l'état du champ économique qui a duré longtemps après l'indépendance.

Aujourd'hui encore, le Risk management n'est pas parfaitement ancré dans la vision de beaucoup de managers algériens, qui préfèrent solliciter les protections assurantielles ou pire ; supporter les risques, voire les ignorer. Cette situation fait qu'en termes d'organisations, le marché national du conseil, de la prévention et de l'expertise, est tout à fait opaque et se résume à quelques intervenants, à tel point qu'il est aujourd'hui quasiment impossible d'évaluer le potentiel économique que procure actuellement cette activité¹⁰⁸.

Érigée en structure centrale pour des impératifs de développement d'un portefeuille des risques d'entreprise rigoureusement sélectionnés, à travers notamment des rapports de visite de risques comprenant une multitude de recommandations, la Direction d'appréciation des risques poursuit les mêmes objectifs tracés par la compagnie avec certes des moyens limités, notamment en termes de ressources humaines et d'outils technologiques (*applications, logiciel,...*)

Cette structure collabore par ailleurs régulièrement avec les experts/réassureurs et loss adjuster, dans le cadre des programmes de visites des risques de Sonatrach, pour des expertises préliminaires, ou pour d'autres assurés dont les risques sont généralement placés

¹⁰⁶ Revue de l'assurance n° 21, Avril à juin 2018 édité par le Conseil national des assurances

¹⁰⁷ Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des ventes en ligne-souscription et indemnisation ».

¹⁰⁸ Guide des assurances en Algérie Edition 2015 kpmg.dz,

<https://www.kpmg.com/DZ/fr/IssuesAndInsights/Publications/Documents/GUIDE%20ASSURANCES%20EN%20ALGERIE%202015.pdf>

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

en réassurance facultative. Depuis quelques années, ses interventions concernent en majorité la visite de risques des PME/PMI.

L'amélioration de la prestation de service de la CASH passera nécessairement par une différenciation en termes de qualité. A travers une prise en charge globale et efficace des préoccupations des assurés, le Riskmanagement permettra une valorisation considérable des produits de la compagnie et un accompagnement durable des clients, avec lesquels la relation de confiance mutuelle sera nouée et tacitement renouvelée.

Par ailleurs, et afin d'asseoir définitivement la volonté de la CASH de développer un portefeuille de risques d'entreprise profitable et sécurisé, le renforcement, par le recrutement d'ingénieurs, et la réorganisation de la structure en charge de la visite préalable et l'appréciation des risques s'impose. A ce titre, une opération de parrainage d'une dizaine de polytechniciens a été lancée en 2016 pour des formations en assurance et en Riskmanagement. Ces compétences viendront renforcer les capacités techniques de la DAR, et lui permettront de mettre en place un programme multisectoriel de visites de risques à travers les différentes régions du pays¹⁰⁹.

1.4 Constituer un portefeuille des risques d'entreprise renouvelable et profitable

Les possibilités offertes par le portefeuille des risques d'entreprise sont aussi nombreuses qu'avantageuses, mais nécessitent une approche prudente qui priorise les affaires profitables et les relations gagnant/gagnant. Ceci bien entendu en évitant à la compagnie de s'ostraciser par rapport à son environnement externe, d'où la difficulté de ce mariage subtile entre l'impératif d'accroissement des marges pour plus de rentabilité et celui de protection des engagements pour assurer la pérennité.

L'intérêt pour les risques des entreprises suggérera nécessairement le développement des catégories d'assurance exploitation autres que l'incendie. E sera notamment le cas pour les assurances globales et celle du transport des facultés qui seront particulièrement recherchées, et dont l'apport jusque -là, est loin de refléter les capacités de la CASH et surtout le potentiel existant.

Parallèlement aux actions inscrites dans le cadre de la stratégie visant à développer le portefeuille des Grands risques, la CASH concentrera ses efforts autour de l'amélioration de la gamme d'offres et de la qualité de la prestation de services.

¹⁰⁹ https://www.memoireonline.com/02/17/9592/m_Systeme-mobile-banking-analyse-

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

Pour ce faire, la compagnie élaborera à moyen terme une politique des souscriptions orientée vers l'accroissement des souscriptions en direction des risques d'entreprise et mettra en place une grille tarifaire adaptée et compétitive par région et par type de risques.

Plusieurs packages de garanties seront ainsi proposés aux entreprises couvrant une grande variété de risques existants et/ou émergents et de champs d'intervention.

Compte-tenu des lacunes constatées notamment en termes de délais d'indemnisation et de qualité des rapports présentées par les professionnels, l'objectif clé de détenir à terme un portefeuille d'affaires diversifié et rentable ne pourra naturellement être atteint sans assurer une meilleure maîtrise du processus d'expertise⁰ en effet, la CASH compte mettre un point d'honneur à repenser sa relations avec les experts, qui sera désormais bâtie sous le sceau de l'excellence et de l'efficacité.

Une commission d'expertise active a été mise sur pied, et sera notamment chargée dès 2017, de réviser la convention d'expertise de la CASH et de superviser l'opération d'assainissement de la liste d'expert en fonction de leurs compétences et de la qualité de leurs prestations.

L'approche de choix des experts sera guidée par la notation systématique de ces derniers par les gestionnaires à plusieurs niveaux, et un système de rotation permettra de solliciter de façon organisée les meilleurs experts.

Cette démarche inclura par ailleurs la formation des experts aux métiers de l'assurance pour une meilleure pertinence des rapports et une prestation de qualité.

Dans ce domaine aussi, une réorganisation de la compagnie s'avère être une étape décisive dans la prise en charge efficace de ce type de clientèle ; à savoir les entreprises. Cette refonte concernera les structures centrales techniques et régionales, à travers la création de plateformes de gestion de la relation commerciale, la prise en charge des appels d'offres et des demandes d'indemnisation¹¹⁰.

Des mesures qui seront complétées par des opérations de formation des gestionnaires, notamment en matière de communication, de démarchage et de règlement des sinistres. Plusieurs facilitations sont par ailleurs prévus a moyens et long termes, et concernent surtout l'accès des entreprises leurs contrats à distance, via le site web de la CASH, gage d'une meilleure relation et de plus de proximité avec cette catégorie de client.

¹¹⁰ Oubaziz Said mémoire Magister en Sciences Economiques « Les réformes Institutionnelles Dans Le Secteur Des Assurances.

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

Compte-tenu de l'apport déterminant des courtiers dans la constitution d'un portefeuille de risque d'entreprises riche et varié, la compagnie continuera pour les cinq années à consolider cette relation d'affaires et en se distinguant de ses concurrents à travers notamment des offres innovantes et compétitives, et en mettant par ailleurs à la dispositions des clients apportés par les courtiers des mesures d'accompagnement de grande qualité, particulièrement en termes de visites de risques et d'actions de formation ciblées.

Il s'agira par ailleurs d'adopter une approche client vis-à-vis des courtiers locaux et leur proposer des conditions hautement avantageuses et compétitives, en matière de commissionnement des affaires, tout en préservant l'objectif de garantir la rentabilité du portefeuille.

Pour ce faire, la CASH aura tout intérêt à mieux négocier ses commissions de réassurance, qui devront systématiquement intégrer la rémunération des courtiers.

Cette relation sera du reste mieux entretenue et développée à travers le paramétrage du système pour la gestion des affaires issues du réseau de courtage, et par la création d'une structure dédiée a la gestion de ce portefeuille, qui aura entre autres pour missions d'organiser des rencontres périodiques et de prendre en charge efficacement les sollicitations émanant des courtiers nationaux.

La somme de ces actions contribuera grandement à la constitution d'un portefeuille diversifié, réparti de façon mieux équitable sur l'ensemble du territoire national et partant, a la concrétisation d'une structure mieux équilibrée allant dans le sens de l'objectif de rentabilité technique visé par l'entreprise.

1.5 Enrichir la gamme d'offres destinées aux particuliers et aux professionnels

Contrairement à des compagnies ayant historiquement hérité de portefeuilles clients en raison de leur ancienneté et de leurs réseaux de distribution très denses (SAA, CAAR, CAAT), la CASH accuse un important retard dans la pénétration du marché des risques des particuliers et des professionnels¹¹¹.

Pendant longtemps marginalisés par la CASH, en raison de son orientation stratégique vers la couverture des entreprises, les risques de masse ont été souscrits par mesure d'accompagnement et en tant que produit d'appels pour répandre l'image de marque de la compagnie au sein de la population. Une stratégie qui a permis à la compagnie de constituer un portefeuille d'affaires très modeste, représentant moins de 3% de son chiffre

¹¹¹ Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des vente en ligne-souscription et indemnisation ».

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

d'affaires annuel, en s'épargnant les inconvénients liés à la gestion des sinistres de masse issus de ces souscriptions.

Tout en privilégiant la souscription des risques d'entreprises, la stratégie de la CASH consistera pour les cinq prochaines années à ne pas rester en marge ni à se priver des moyens lui permettant de tirer graduellement profit du potentiel immense d'un marché qui pèse pour près de 40% du chiffre d'affaires national. Il s'agit d'ailleurs d'une conséquence normale de son approche actuelle qui fait de la pérennité commerciale et de la rentabilité technique des finalités¹¹².

Cette orientation stratégique fera appel à une approche très particulière, et exigera la mise en place d'une organisation adaptée, à travers notamment la création à court terme d'une direction multi-réseaux (point unique), chargée du développement et de la gestion de ce portefeuille.

Cette réorganisation pourra à terme, en fonction de la taille et de l'importance que prendront les risques des particuliers et des professionnels dans le portefeuille de la CASH, prendre la forme d'un partenariat/filialisation, en matière de réseau de distribution (Naftal, bancassurance ;...) ou de moyens commercialisation (e/m-commerce, digital).

Au plan des produits et des services, la compagnie devra mobiliser toutes les énergies pour mettre en place une gamme d'offres simples et innovantes à des prix compétitifs et alléger les procédures liées à l'indemnisation pour garantir des délais de règlement satisfaisants.

Le plan d'action 2017/2021 consacre par ailleurs l'opportunité pour la CASH de se préparer à la transition digitale, qui concernera en premier lieu les offres et services destinées au public et aux professionnels.

Au plan commercial, le programme d'extension du réseau prévoit l'ouverture de points de vente, par création ou scission, dans les grands centres urbains et la dotation des agences à raison de 05 à 06 employés en fonction du potentiel de chaque région.

Les agences seront calibrées au fur et à mesure de leur croissance et éventuellement transférées (ou cédées) au bénéfice de la filiale à créer

La CASH pourra en parallèle s'appuyer, en fonction des conditions prévues par la réglementation, sur l'apport de la bancassurance et des autres entités financières (leasing notamment) pour commercialiser ses produits destinés aux particuliers et aux professionnels.

¹¹² Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des vente en ligne-souscription et indemnisation ».

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

L'ensemble de ces actions sera enfin guidé par un programme commercial à élaborer par la structure en charge des risques des particuliers/ professionnels en collaboration avec la direction commerciale, dont le budget sera fixé en cours de plan en fonction des moyens et dispositifs à mettre en place, et des objectifs à atteindre

1.6 Optimiser la gestion des actifs financiers

S'il est vrai qu'une compagnie d'assurance peut, en plus des excédents dégagés par son activité technique, compter normalement sur le rendement de son épargne (placement) pour contribuer à sa rentabilité, ce n'est pas le cas aujourd'hui ou les marchés financiers, lorsqu'ils ne sont pas quasiment inexistantes, offrent des Produits financiers dont les rendements réels sont négatifs. En effet, force est de constater servis par les différents marchés (Marché des valeurs du trésor, marché monétaire, marché bancaire des dépôts à terme) (entre 0,4 au moins 4% en 2017).

Le manque de dynamisme des acteurs et la faiblesse des taux de rémunération caractérisant ces marchés risquant de perdurer, il devient plus pertinent de bâtir la stratégie de la CASH pour les cinq prochaines années, sur une rentabilité dégagée surtout par son métier voire son activité.

Cependant, en sa qualité d'acteur financier et investisseur institutionnel, la CASH dispose d'une importante capacité de placement sur les différents marchés, dont les mutations économiques et financières que vit actuellement le pays, pourraient redynamiser en faisant grimper sensiblement les taux de rendement au cours des années à venir.

Au plan des opportunités, l'emprunt national pour la croissance économique (avec ses taux de rendement de plus de 5%) aura incontestablement apporté une bouffée d'oxygène au marché.

Le nombre croissant d'entreprises introduites en bourse, la volonté du gouvernement de faciliter l'ouverture des Entreprises Publiques Économiques vis-à-vis de l'actionnariat national privé conjugué à l'engouement des organisations patronales pour contribuer à la redynamisation du marché boursier d'autre part, sont autant de facteurs qui indiquent que le marché des actions et des obligations devrait connaître un meilleur dynamisme dans les années à venir.

Tout ceci milite en faveur de la veille de la CASH autour de toutes les opportunités de placement.

C'est ainsi qu'à partir de 2017, la compagnie abandonnera définitivement la gestion aléatoire/passive des placements, en exécution de son plan d'action à court et moyen terme,

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

en matière de gestion de la trésorerie et de placement des excédents. Ce dernier s'articule autour de l'optimisation de la rétention sur les risques et l'accroissement des efforts de recouvrement des créances et d'encaissement des recours afin de générer plus de cash-flow¹¹³.

L'autre priorité consistera par ailleurs à veiller au placement systématique de tout excédent de trésorerie, sur la base notamment d'un tableau de variation des flux prévisionnel.

En termes de structure des placements, la CASH optera pour les dépôts à terme les mieux rémunérateur du marché en veillant à éviter toute forme de concentration des placements auprès d'une seule institution financière, pour garantir une meilleure dispersion du risque de défaillance.

Cette nouvelle stratégie consistera d'abord à doter la CASH des moyens de gérer ses actifs, à travers la création d'une structure de gestion des actifs financiers. Elle aura pour tâche, notamment la veille permanente, permettant à la CASH de saisir les opportunités sûres et rentables en matière de placement auprès du marché monétaire/financier ou de prise de participation dans les sociétés publiques cotées ou non cotées, conformément aux orientations de l'état gage d'un développement économique national plus rapide (approcher les filiales rentables du groupe Sonatrach, pour envisager d'éventuelles prise de participations).

L'emprunt national pour la croissance économique (ENCE) constituant une opportunité sûre et rentable, la CASH poursuivra l'acquisition d'obligations pour son compte et pour celui d'entreprise afin de mettre à profit sa qualité d'institution financière¹¹⁴.

Pour rappel, en favorisant la participation dans l'emprunt pour la croissance nationale, en ne perdant pas de vue la gestion optimale de la trésorerie, la CASH atteindra un double objectifs :

(i) un taux de rendement très appréciable

(ii) étant garanti par l'état, cet emprunt satisfera une bonne partie de l'obligation des 50% de représentation en valeurs d'état.

La CASH sollicitera à moyen terme un agrément SVT (spécialiste des valeurs du trésor) pour une totale indépendance vis-à-vis des intermédiaires (gain de commissions) et pourra ainsi accéder au marché primaire/secondaire et placer pour son compte ou pour celui de ses assurés notamment Sonatrach & filiales.

¹¹³ Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des vente en ligne-souscription et indemnisation ».

¹¹⁴ Revue de l'assurance N°/ 1^{er} semestre 2012- revue éditée par le Conseil National des Assurances.

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

L'agrément ainsi obtenue, la compagnie pourra faire évoluer la structure de gestion des actifs financiers pour disposer à terme d'une structure en charge de la gestion des actifs financiers et de l'intermédiation bancaire.

Il va sans dire que la compagnie investira de façon continue dans la formation de ses cadres, notamment dans les métiers de la finance et de la gestion des actifs (Asset manager).

1.7 finaliser la mise en place du système d'information de la CASH

L'objectif stratégique de la CASH, la rentabilité, passe pour une part par la maîtrise des coûts, une organisation et un système d'information moderne assis sur les nouvelles technologies d'information.

En dépit d'une phase de flottement décisionnel, ayant conduit la compagnie sur le sentier de l'hésitation, l'option arrêtée par la CASH développer en effort propre ses applications informatiques, continue de se dérouler et d'aller dans la bonne direction suite notamment aux mesures de réorganisation prises courant 2011 et ayant consisté principalement en la mise en place d'une structure dédiée au développement. Même si celle-ci a regagné en 2015 la direction informatique, il n'en demeure pas moins que les travaux de développement et d'amélioration d'EASIC se déroulent à un rythme encourageant¹¹⁵.

Pour le présent plan, l'objectifs ultime en matière de système d'information consiste, à l'horizon 2019, à achever le développement permettant l'émission et la gestion informatisée de l'ensemble du processus de souscription, depuis l'émission de la police d'assurance jusqu'à l'enregistrement des encaissements, des sinistres, en passant par le volet réassurance & acceptation des risques, et les différentes applications facilitant les reporting et le pilotage décisionnel.

Comme toute entreprise soucieuse de construire son système d'information permettant une efficacité et une rapidité dans le traitement des flux d'informations, la CASH est confronté à des arbitrages souvent délicats.

Le premier est celui des coûts. La limitation à la fois volontariste et rendue nécessaire par le contexte qui prévaut, des coûts permet à toute organisation de déterminer sereinement ses priorités et de ne pas mettre à mal sa trésorerie ni l'équilibre de son bilan.

Pour le cas de la CASH, ces priorités se présentent, en considérant quatre critères en intérêt décroissant, comme suit :

- Le service au client : qualité, simplicité, clarté et rapidité.
- La maîtrise des résultats : rapport sinistres à primes,

¹¹⁵ B. Tafiani « *Les assurances en Algérie* », Ed : OPU et ENAP, Alger, 1987.

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

- Le développement commercial : tableau de bord des ventes, fichiers clients, prospects
- La maîtrise de l'exploitation : efficacité, productivité et épanouissement des collaborateurs.

Ce principe de sélection des priorités peut néanmoins être révisé en cours de plan, du moins pour les deux dernières, en raison éventuellement des demandes pressantes externes à l'entreprise, exemple : de nouvelles directives ou de nouveaux états statistiques demandés par les autorités de contrôle.

Ces priorités constitueront l'ossature du plan d'action informatique, que l'entreprise mettra en œuvre dès 2017 et fera évoluer dans le temps en fonction de l'avancement des travaux de développement et de ses capacités.

Le deuxième est celui du choix entre la poursuite du développement interne ou l'acquisition d'une solution intégrée.

Le développement interne repose fondamentalement sur une équipe informatique stable et « orientée » besoins utilisateurs

Même si elle est contraignante, car nécessitant la mise en place d'une logistique conséquente, des instances de coordination, des procédures de travail (cahier des charges), (avec des échéances assez courtes) et un dialogue permanent et productif entre les différentes parties intervenantes (maîtres d'ouvrage et maître d'œuvre), cette option demeure la plus indiquée pour la CASH.

2. La politique de diversification des produits CASH

La politique de diversification a commencé à la CASH dès les 1ères années de son entrée en activité. En effet, dès 2003, la CASH s'est tournée vers les secteurs hors énergie et hors hydrocarbures pour prendre en charge des risques tels que les unités de dessalement d'eau de mer et les cimenteries.

Cette stratégie a été menée avec des succès relatifs du fait notamment de l'étroitesse de son capital social et de son réseau de distribution. Ces deux éléments figurant toujours dans les cahiers des charges des assurables n'ont pas permis à la CASH d'avoir beaucoup de succès dans sa stratégie de diversification.

Depuis 2015, la CASH s'efforce à trouver des solutions en matière d'augmentation de sa présence commerciale et la signature d'un accord avec NAFTAL permettant à la CASH

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

d'avoir une présence dans les stations-services constitue un important vecteur de croissance du réseau¹¹⁶.

En 2019, la CASH a veillé dans le cadre de développement de sa présence commerciale à respecter des critères rigoureux notamment en termes de localisation, d'accès, d'engagement mais également sur le plan de la qualité de la ressource humaine, mobilisée pour composer les effectifs des agences¹¹⁷.

En outre, la stratégie de diversification a été orientée vers une présence plus importante dans les marchés des PME/PMI ainsi que dans les marchés des particuliers et des professionnels.

La CASH marque une présence considérable vu qu'elle intervient dans un marché où plus de 60% des primes sont réalisées dans le marché de l'assurance automobile.

Dans le cadre de sa stratégie de diversification et de redéploiement, la compagnie CASH Assurance travaille actuellement sur différents axes à savoir :

2.1 Extension du réseau de distribution

À travers l'ouverture d'agences commerciales dans plusieurs wilayas du pays afin de capturer plus de risques de masses. À cet effet, la CASH estime que le réseau actuel composé d'une quarantaine d'agences, est insuffisant et ne permet pas à la compagnie d'être agressive sur le marché de l'assurance en Algérie.

Devant cet état de fait, la CASH a mis en place une stratégie de déploiement d'agences qui lui permettra de pénétrer de nouveaux segments tels que l'assurance automobile et l'assurance des marchandises transportées par voie terrestre.

La part de la compagnie dans les grands risques est en train de se réduire. L'ouverture à de nouveaux clients et à de nouvelles catégories de risques devient indispensable. La CASH a très bien compris que son avenir réside dans sa diversification.¹¹⁸

2.2 Développement du processus de gestion des ventes en ligne

a) La vente en ligne concerne les deux produits d'assurance suivants :

- ❖ Assurance Multirisques Habitation MH ;
- ❖ Assurance Catastrophe Naturelle pour Biens Immobiliers (Risques Particuliers)

¹¹⁶ Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des vente en ligne-souscription et indemnisation ».

¹¹⁷ Rapports annuels de la compagnie d'assurance CASH .

¹¹⁸ <https://www.dknews-dz.com/article/90989-m-naouri-mokhtar-p-dg-de-cash-assurances-invite-hier-du-forum-de-dk-news-accompagner-les-operateurs-economiques-algeriens-a-letranger.html>

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

Pour la souscription d'une police d'assurances en ligne, la procédure est la suivante :

- ❖ Le client doit remplir le questionnaire relatif au produit sur le Web et Introduire ses informations personnelles ;
- ❖ Après le choix d'une agence de rattachement, le devis du produit Multirisques Habitation « MH » ou « CAT-NAT » sera généré d'une manière automatique sur l'agence virtuelle ;
- ❖ Le client doit marquer son acceptation de devis et conditions de vente
- ❖ Le client procédera au paiement de la prime d'assurance par carte Bancaire ;
- ❖ Une validation automatique du contrat d'assurance sur l'agence Virtuelle ;
- ❖ La Police d'assurance validée prendra un numéro selon la codification suivante : (Code Agence Virtuelle. Exercice. Type de souscription. Code produit.0000xExp : W.2021.10.1222.00001).

La seule modification apportée par rapport à la codification des souscriptions classiques est le remplacement du code agence par « W ».

- ❖ Le client recevra une copie des conditions particulières, des conditions générales en version numérique ainsi qu'un document retraçant les modalités de déclaration de sinistre avec mention du contact du Département IARD Direction Régionale : adresse, un numéro de téléphone, fax, e-mail...
- ❖ Une signature électronique sera prévue par la DSI.
- ❖ Les coordonnées de l'assuré doivent être reprises et consultables sur EASIC par l'agence de rattachement /Direction Régionale concernée par la souscription.

Le contrat souscrit en ligne est automatiquement validé et enregistré sur EASIC sans aucune intervention des gestionnaires.

Le schéma ci-dessous résume cette procédure :

- A la validation de la police d'assurance Multirisques Habitation ou Cat-Nat, et le choix de l'agence de rattachement, le contrat d'assurance sera versé automatiquement dans base de données de l'agence, avec la mention du type d'apporteur : Souscription en ligne¹¹⁹.
- Un message clignotant sera transféré dès validation de la police d'assurances au Directeur d'agence, Chef de département IARD de la direction régionale pour les informer qu'une souscription en ligne a été validée.

¹¹⁹ B. Tafiani « *Les assurances en Algérie* », Ed : OPU et ENAP, Alger, 1987.

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

- Les procédures de modification du contrat d'assurance : les contrats d'assurance peuvent être sujet à diverses modifications à tout moment, dans notre contexte l'assuré peut modifier son contrat, mais en premier lieu, il doit contacter le Département IARD par e-mail ou en se déplaçant auprès de l'agence de rattachement qu'il a choisis à la souscription.

L'accès sur EASIC sera autorisé au :

- L'Agence : pour consultation et intervention sur le contrat notamment les avenants suivant la charte des pouvoirs en vigueur à la CASH ;
- Chef de Département IARD : pour effectuer des interventions sur le contrat à savoir : Avenant de subrogation, avenant de précision ...etc.

Pour les états de sorties :

- Prévoir un état journalier accessible à la DTGP pour la confrontation journalière des encaissements de prime.
- Un état des souscriptions en ligne du mois sera prévu sur EASIC par la DSI, et qui sera accessible à l'Agence, Département IARD et le Directeur Régional concernés par la souscription.
- Les informations à prévoir sur les états de sorties seront arrêtés en fonction du besoin des différentes parties prenantes :
- Les services du département IARD au niveau de la Direction Régionale, doivent transmettre à la Direction Centrale RCRD un état reprenant toutes les souscriptions du mois, dans un délai de 10 jours après la clôture de la situation mensuelle.
- La Direction Centrale, et dans un délai de 10 jours après la réception des états émanant du département IARD des différentes Direction Régionale, procédera à la transmission d'un état consolidé des souscriptions par Direction Régionale à la Direction TGP, pour confrontation et rapprochement bancaire.

b) Le Volet Gestion des sinistres

❖ Procédures de déclaration de sinistre

Comme en assurance par le canal traditionnel, l'assuré est tenu de respecter les délais réglementaires de déclaration de sinistres,

- Sept (07) jours ouvrables, à partir de la date où il en a eu connaissance sauf cas fortuit ou de force majeure.
- Trois (03) jours ouvrables, sauf cas fortuit ou de force majeurs, en matière de vol.

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

❖ La forme de déclaration

L'assuré peut télécharger le formulaire de déclaration de sinistre en ligne. Par la suite, il transmet la déclaration de sinistre soit par e-mail au département IARD soit en se déplaçant au niveau de l'agence choisies lors de la souscription (agence de rattachement).

Une adresse e-mail du Département IARD doit être dédiée à la réception des déclarations de sinistre.

Dès réception d'un e-mail de déclaration de sinistre, une réponse immédiate doit être réservée afin d'accuser réception de l'envoi de la déclaration.

❖ Ouverture et enregistrement du dossier

Il est à noter que chaque déclaration de sinistre donne lieu à l'ouverture d'un dossier sinistre au niveau du département IARD de la Direction Régionale.

Dès réception de la déclaration de sinistre, les services de la Direction Régionale procéderont à l'enregistrement du dossier sinistre sur le système EASIC et le provisionnement est effectué systématiquement sur la base de la provision d'ouverture des dossiers selon la garantie affectée¹²⁰.

Une fois le dossier ouvert sur système, une notification sera envoyée à l'assuré, d'une manière automatique, pour l'informer du numéro de son dossier sinistre en lui rappelant ses obligations.

Un Ordre De Service sera transmis à l'expert tout en informant l'assuré par le même canal de déclaration.

❖ L'Expertise

Après la désignation d'un expert par un ODS, l'expert est tenu de prendre toutes les dispositions nécessaires pour se rendre sur le lieu du sinistre et procéder à son expertise.

Le procès-verbal d'expertise est un document matérialisant le préjudice et doit contenir avec précision les causes, les origines et les circonstances du sinistre, ainsi qu'une évaluation définitive est détaillée des dommages.

Ces éléments d'appréciation permettront aux gestionnaires de se prononcer sur l'indemnisation du sinistre et sur le montant à régler.

Le rapport d'expertise est transmis directement au Département IARD de la Direction Régionale concernée.

¹²⁰ Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des vente en ligne-souscription et indemnisation ».

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

❖ Traitement et Règlement du dossier sinistre

Tout complément d'information nécessaire pour le traitement du dossier sinistre sera demandé à l'assuré par e-mail ou autres moyens suivant le cas.

Après traitement du dossier sinistre, le règlement du sinistre obéira aux mêmes procédures en vigueur à la CASH relatives à la gestion des sinistres.

Pour les souscriptions en ligne le pouvoir de règlement des agences est détenu par les Chefs de Département IARD.

Le Département IARD transmettra à l'assuré, par e-mail ou autres moyen, la quittance d'indemnité pour signature et légalisation.

Dès acceptation de l'offre d'indemnité, le gestionnaire procédera au paiement de l'indemnité par virement ou chèque. Le paiement par virement doit dans tous les cas être privilégié et le règlement par chèque doit rester exceptionnel.

Le règlement doit se faire sur la base de la quittance d'indemnité originale remise par l'assuré. Elle est déposée au niveau de l'agence ou transmise par courrier à l'adresse de l'agence ou la Direction Régionale¹²¹.

2.3 Le financement de développement des produits en externe

La compagnie CASH assurance représente le premier assureur construction en Algérie et le deuxième assureur en industrie, à cet égard elle participe régulièrement à tous les salons et foires tels que le NAPEC¹²².

L'objectif principal de cette participation aux événements professionnels se résume à :

- Faire connaître davantage la compagnie ;
- Promouvoir son image, tout en présentant ses produits et services ;
- Communiquer la nouvelle stratégie de la compagnie qui consiste à proposer aux clients divers produits.

La CASH est qualifiée de sponsor start-up par excellence, du fait qu'elle s'engage favorablement au profit des apporteurs d'idées innovatrices à financer leurs projets de start-up à savoir la start-up de distribution en ligne et celle de récupération et de recyclage des objets sinistrés.

Ainsi, la CASH reste active auprès des clubs scientifiques spécifiquement le club polytechnique, club des étudiants de l'INPS et HEC, dans le but de se rapprocher des clients actuels et potentiels.

¹²¹ Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des vente en ligne-souscription et indemnisation ».

¹²² https://www.cna.dz/extension/mydesign/design/mydesign/images/revue/Revue_Assurance_19.pdf

Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « CASH »

En effet, les compagnies d'assurances ne restent pas indifférentes face à la « COVID 19 ». Cette crise sanitaire a amené les compagnies d'assurances particulièrement la CASH assurance, à revoir à la baisse la rubrique du budget annuel dédié aux événements, salons et foires, parmi tant d'autres rubriques¹²³.

Conclusion

Le secteur des assurances en Algérie est l'un des secteurs fleurons de l'économie algérienne qui est en pleine mutation, il est devenu un des secteurs d'activité qui se développe le plus rapidement pour l'économie algérienne caractérisé par une grande envergure des affaires, un système de marché performant, de larges et diverses étendues de service¹²⁴.

A cet effet, la CASH est aujourd'hui l'un des leaders nationaux du marché national des assurances dans la couverture des grands risques. Elle a une dynamique de diversification de son portefeuille d'affaire. Cette étude nous a permis de conclure que la CASH assurance est une société en évolution avec tous les chiffres qu'elle a réalisés, ainsi que ses opportunités pour développer encore de ses activités dans un environnement de plus en plus concurrentiel et conserver pour toujours sa position sur le marché.

¹²³ Revus finassurance n° 04 « *Les assureurs face au COVID-19* », entretien avec Mr Sais Nacer PDG de la SAA, 2020, disponible sur le lien :

https://www.cna.dz/content/download/53971/369473/version/1/file/Finassurance_04.pdf

¹²⁴ Oubaziz Said mémoire Magister en Sciences Economiques « Les réformes Institutionnelles Dans Le Secteur Des Assurances.

Le travail que nous avons fait à travers ce mémoire était d'exposer le développement du marché d'assurance en présentant le métier d'assureur, en situant la compagnie dans son environnement, et enfin en donnant une appréciation d'analyse de la « CASH » à travers la présentation de ses résultats et sa stratégie. Après cette analyse nous sommes arrivés aux conclusions suivantes :

Le secteur des assurances en Algérie a connu depuis plusieurs années une progression continue de son chiffre d'affaires, toutefois, au-delà des chiffres qui sont en constante augmentation, nous ne devons pas occulter le fait que la production en termes de PIB de ce

Secteur reste en deçà des potentialités que recèle le marché Algérien. Ceci peut être dû au manque de communication (déficit de communication), absence de plans de communication au niveau des différentes compagnies d'assurances et des associations professionnelles, ainsi qu'au manque d'utilisation de nouvelles technologies. Étant donné que cette dernière représente un enjeu de taille pour les institutions de la finance et de l'assurance. C'est une vraie révolution des mentalités qui s'impose avec de nouvelles formes de travail.¹²⁵

Nous pouvons dire qu'en parallèle de toutes les nouveautés technologiques qui ne cessent de se développer, la concurrence dans ce secteur devient de plus en plus difficile et rude. En effet, les entreprises se digitalisent rapidement dans leurs différents domaines, pour se démarquer et gagner davantage de compétitivité.

L'Algérie reste marginalisée par rapport à cette vague de numérisation et de nouvelle technologie puisque le nombre d'entreprises utilisant le potentiel internet reste insignifiant.

Pour répondre aux insuffisances du secteur, les autorités et les pouvoirs publics ont revu leur politique en matière de stimulation, de supervision et de régulation du secteur, et ceci à travers le décret de la création de la centrale des risques, le décret de la distribution des produits d'assurance par les banques et établissements financiers et assimilés, et le décret concernant les conditions d'agrément, d'exercice et de radiation des experts, commissaires d'avaries et actuaires.

Malgré la réforme du cadre réglementaire du secteur, notamment à travers la loi 06/04 du 20 février 2006, qui modifie et complète l'ordonnance 95/07 du 25-01-1995, il demeure largement en retard par rapport aux besoins de l'économie Algérienne, et aurait besoin d'être largement boosté¹²⁶.

¹²⁵ Benarbia, M. Les perspectives de développement de l'industrie des assurances en Algérie et les réformes nécessaires pour promouvoir ses capacités concurrentielles, in colloque international Les sociétés d'Assurances Takaful et les sociétés d'assurances Traditionnelles Entre la Théorie et l'Expérience Pratique, 2011

¹²⁶ Ordonnance n°95-07 du 25/01/1995 relative aux assurances

L'assurance joue un rôle très important sur le plan micro et macroéconomique, et est même fortement corrélée au développement économique. Le grand mouvement de l'économie vers l'activité assurantielle est aujourd'hui largement reconnu et même encouragé par les politiques économiques. Vu son rôle fondamental dans le fonctionnement et la stabilité de l'économie moderne au point où de nombreuses activités ne peuvent être exercées sans les assurances.

Concernant la CASH, sa marge de progression est très importante. Son objectif est de faire de sa compagnie un des acteurs majeurs du marché national des assurances, une compagnie généraliste mais plus portée sur les assurances des entreprises. Le challenge n'est cependant pas évident il faut redoubler d'effort pour arriver à jeter les fondements et les bases d'une société pérenne. Il s'agira d'agir sur plusieurs fronts pour améliorer l'organisation, les procédures de gestion, le niveau et l'expertise de notre ressource humaine et enfin améliorer sans cesse le système d'information pour le rendre performant. Tous les efforts doivent converger vers l'objectif suprême qui est celui de satisfaire en permanence les besoins des clients et d'être à la hauteur de leurs attentes.

Pour trouver des solutions aux problèmes de nos compagnies d'assurances que sont l'absence de culture assurantielle dans le pays, la qualité des services offerts aux souscripteurs de contrats d'assurance, le bas niveau de revenu des ménages et l'absence du marché financier structuré.

Des remèdes sont proposés pour contribuer à une consolidation pérenne de nos compagnie d'assurance semblent être le relèvement du capital social, améliorer de manière conséquente le niveau et les délais d'indemnisations, pour introduire de l'innovation dans des offres et pour communiquer avec le public et l'exigence de bonne gouvernance¹²⁷.

Nous restons convaincus que si les problèmes intrinsèques évoqués ne trouvent pas de solutions, il sera difficile de travailler au développement de l'assurance car il se posera toujours un problème de confiance entre les assurés et les assureurs.

¹²⁷ SADI, Nour el Houda, ACHOUCHE, Mohamed. L'évolution du secteur des assurances en Algérie, depuis l'indépendance, Revue d'économie et de statistique appliquée, Numéro 2, 2015

Bibliographie

❖ Ouvrages

- A.Tosseti, T. Behar, M. Fromenteau, S. Menart : « Assurance comptabilité réglementation actuariat », éd Economica, 2002,
- B. Tafiani « Les assurances en Algérie », Ed : OPU et ENAP, Alger, 1987,
- Charvin, R. Guesmi, A. « *L'Algérie en mutation les instruments juridiques de passage à l'économie de marché* », ed. L'armatha, 2002
- CHOKRI, Hafed. « *Assurances : le règlement des sinistres baisse de près du tiers. Article du quotidien : CAP ALGERIE* ». Alger. Edition : CAP ALGERIE. Publié le : 02 novembre 2017.
- Couibault, F, Eliashberg, C (2011), Les grands principes de l'assurance, l'argus, Paris.
- COUILBAULT, F ; ELIASHBERG ; C .LATRASSE, M. « *Les grands principes de l'assurance* ». 6^{ème} édition, Paris : éd l'argus de l'assurance, 2003,
- Couilbault-Di Tommaso huberty les grands principes de l'assurance 13e Édition.
- D.HENRIET et J-C ROCHET : « Microéconomie de l'assurance », Ed Economica, Paris, 1991,
- F. Ewald, J-H. Lorenzi « Encyclopédie d'assurance » éd Economica,
- Henriet, D. Rochet, J-C. « *Microéconomie de l'assurance* », ed. Economica, Paris, 1991,
- J. Yeatman : « Manuel international de l'assurance » éd Economica,
- KPMG : guide des assurances en Algérie, édition 2015,

❖ Mémoires et thèses

- AAKA., ABDLFATAH N., « la bancassurance en Algérie : du concept de développement », Bejaia, 2010
- AINOUCHE, Zakia. Entretien réalisé avec Adlane MACELLEM ; AXA assurance Algérie". « *L'Algérie a impérativement besoin de développer d'autre relais de croissance* » .revue assurance n°8, janvier 2015.
- Bekono E, F. Encadrement de l'offre de garantie de remplacement au Québec, Essai proposé pour l'obtention D'une maîtrise en Administration des affaires sous la supervision de Monsieur Gilles. B, professeur au Département de finance et assurance, université Laval, 2006,

- Belkadi S. « *les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie* », mémoire de magistère en science économique, université de Tizi-Ouzou
- BENAHMED, Kafia, « *Essai d'analyse de la relation entre l'assurance et la croissance économique en Algérie, mémoire de magistère en science économique, Monnaie, Finance et Banque* ». Tizi-Ouzou : université mouloud MAMMERI de Tizi- Ouzou FSECG.2014.
- BENILLES, B. « *L'évolution du secteur Algérien des assurances, in colloque international sur Les sociétés d'Assurances Takaful et les sociétés d'assurances Traditionnelles Entre la Théorie et l'Expérience Pratique* », Université Ferhat Abbas.
- BENILLES, B. Colloque international sur l'évolution des secteurs algérienne des Assurances, université Ferhat Abbas, 2011.
- BENRABIA, Mohamed. *Les perspectives de développement de l'industrie des assurances en Algérie et les réformes nécessaires pour promouvoir sa capacité concurrentielle*. In colloque internationale : les sociétés d'assurances Takaful et les sociétés Traditionnelles entre la théorie et l'expérience pratique.
- BENZIANE Wassila, BERKATI Meriem « *les moyens de paiement et la monétique en Algérie* », Mémoire en vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences économiques ; université Abderrahmane Mira, Bejaïa, 2014/2015.
- BOUADAM, Kamel et MELIANI Hakim. « *la micro Takaful et la micro assurance enjeu et défis*. In colloque internationale : les sociétés d'assurance Takaful et les sociétés Traditionnelles entre la théorie et l'expérience » ; université Ferhat ABBAS avril 2011.
- Brami Maximilien « *Digitalisation de l'économie, quel avenir pour la distribution en assurance ?* », École Supérieure d'Assurance, 2013-2014.
- CHAREF fatiha. *Evolution du Marché des Assurances en Algérie*. Université de djilalibounaama, khemismiliana. 2015.
- Lezoul., M. « *La situation Actuelle du Secteur Des Assurances en Algérie, Quelles sont les alternatives ?* », in colloque international sur Les sociétés d'Assurances Takaful et les sociétés d'assurances Traditionnelles Entre la Théorie et l'Expérience Pratique, Université d'ORAN.
- MEZDAD.L, « *Essai d'analyse du secteur des assurances et de sa contribution dans l'intermédiation Financière nationale* », Mémoire de magister, université Abderrahmane Mira, Bejaia, 2006.

- MEZOUAR Mohamed. « *la fidélisation de la clientèle dans les assurances* ». [Enligne]. Mémoire de magister. Marketing, TELEMEN : université Abou-Beker BELKAID .2011.
- Mrabet, N. Techniques des assurances, Université Virtuelle de Tunis, 2007.
- Oubaziz Said mémoire Magister en Sciences Economiques « Les réformes Institutionnelles
- Rachida B, Chenini A, « Les sociétés d'assurances traditionnelles et les sociétés d'assurance TAKAFUL Entre la théorie et l'expérience pratique », colloque international, université de Sétif, 25-26 avril 2011.
- Sadi, N.H. Essai d'analyse du système des assurances dans la perspective d'une meilleure protection contre le sinistre. Cas des assurances en Algérie, mémoire de magister sous la direction de Mr. M.C Ainouche université UMMTO.

❖ **Articles et formulaires**

- 18 Disposition publié dans la loi N° 06-04 du 20 janvier 2006,
- Alger. Edition : CAP ALGERIE. Publié le : 02 novembre 2017. Format PDF. Disponible sur : Algérie Eco, toute actualité de l'économie en Algérie
- article édité par l'Union Algérienne des Sociétés d'Assurance et de Réassurance.
- BOUTALEB, Kouider,
- Bulletin des assurances n° 36, édité par le Conseil national des assurances, 2020
- CCSF, Glossaire des assurances, juin 2010.
- CHEIKH, Bouaziz. « *L'histoire de l'assurance en Algérie* ». [En ligne], Octobre 2013
- CHOKRI, Hafed. Assurances : le règlement des sinistres baisse de près du tiers. Article du quotidien : CAP ALGERIE.
- CJUE du 25 février 1999, aff.C-349/96, 6e ch., Card Protection Plan Ltd (CPP) contre Commissioners of Customs & Excise.
- Couilbault f, Eliashberg C, Iatras M.
- Document interne à la CASH assurance « rapport annuel 2019 ».
- Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des vente en ligne-souscription et indemnisation ».
- Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des vente en ligne-souscription et indemnisation ».
- El Watan Économie – Du 7 au 13 mai 2012
- Guide des assurances en Algérie Edition 2015 kpmg.dz

- Hassid, A. Introduction à l'étude des assurances économiques, ENAL, Alger, 1984
- MEBARKI, Ali. LA MAATEC a un énorme potentiel de croissance à développer. Revue assurance n°5 de avril 2014.
- Nozha Erragha, Rabiaa Ramdhan, " *New faces of marketing in the Era of the web: forme marketing 1.0 to marketing 3.0* » , journal of research in marketing, volum 2 NO.2.April 2014
- revue de l'assurance n° 21, Avril à juin 2018 édité par le Conseil national des assurances.
- Revue de l'assurance N°/ 1^{er} semestre 2012- revue éditée par le Conseil National des Assurances.
- revue semestrielle « *transformation numérique en Algérie, Acquis et défis* » éditée par l'association des diplômés de IFID n° 4 ; 2020
- revus finassurance n° 04 « *Les assureurs face au COVID-19* », entretien avec Mr Sais Nacer PDG de la SAA, 2020.
- Revus finassurance n° 04 « *Les assureurs face au COVID-19* », entretien avec Mr Sais Nacer PDG de la SAA, 2020

❖ Site internet

- Document interne de la CASH assurance « Guide de procédure de gestion des vente en ligne-souscription et indemnisation ».
- file:///C:/Users/seven/Downloads/Algereass_09_2012_S1.pdf
- <file:///C:/Users/seven/Downloads/LA%20FINTECH,%20VECTEUR%20DE%20DEVELOPPEMENT%20DU%20SECTEUR%20FINANCIER%20.pdf>
- file:///C:/Users/seven/Downloads/Roland_Berger_Salesforce_Assurance_Innovation.pdf
- Format PDF. Disponible sur: <http://www.uar.dz/chiffres-cles-du-secteur>
- <http://eco.univ-setif.dz/seminars/takaful/23.pdf>.
- <http://www.aps.dz/economie/83920-la-croissance-economique-de-l-algerie-a-atteint-2-3-en-2018>
- <http://www.iefpedia.com/france/wpcontent/uploads/2011/04/La-micro-Takaful-et-la-micro-assurance-enjeux-etd%C3%A9fis-meliani-hakim-et-bouadam-kamel.pdf>.
- <http://www.revueassurances.ca/wp-8content/uploads/2013/12/06-Cheikh.pdf>.
- <http://www.revueassurances.ca/wp-content/uploads/2013/12/06-Cheikh.pdf>.
- http://www.uar.dz/wp-content/uploads/2017/03/rapport_mf_2015-1.pdf

- <https://capalgerie.dz/assurances-le-reglement-des-sinistres-baisse-de-pres-du-tiers/>
- <https://capalgerie.dz/assurances-Le-reglement-des-sinistres-baisse-de-pres-du-tiers>
- https://www.cna.dz/extension/mydesign/design/mydesign/images/revue/Revue_Assurance_11.pdf
- https://www.cna.dz/extension/mydesign/design/mydesign/images/revue/Revue_Assurance_11.pdf
- https://www.cna.dz/extension/mydesign/design/mydesign/images/revue/Revue_Assurance_22.pdf
- https://www.cna.dz/extension/mydesign/design/mydesign/images/revue/Revue_Assurance_19.pdf
- <https://www.dknews-dz.com/article/90989-m-naouri-mokhtar-p-dg-de-cash-assurances-invite-hier-du-forum-de-dk-news-accompagner-les-operateurs-economiques-algeriens-a-letranger.html>
- <https://www.kpmg.com/DZ/fr/IssuesAndInsights/Publications/Documents/GUIDE%20ASSU>
- https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000020616157/2021-03-05 consulté le 20/02/2021.
- https://www.memoireonline.com/02/17/9592/m_Systeme-mobile-banking-analyse-statistique-des-determinants-du-revenu-des-agents-de-proximite-dans6.html
- [RANCES%20EN%20ALGERIE%202015.pdf](#)
- www.algerie-eco.com
- www.algerie-eco.com

Ordonnances

- Voir l'ordonnance n° 95-07 du 23 chaabane 1415 correspondant au 25 janvier 1995 relative aux assurances et ses textes d'applications.

Table de matière

Remerciements	
Dédicace	
Liste des abréviations	
Liste des tableaux	
Liste de figures	
Liste des graphes	
Introduction générale.....	01
Chapitre I : Généralités sur les assurances	
introduction.....	4
Section 01 : Définitions et rôle d'assurance	4
1. Genèse et historique d'assurance	4
2. Définition de l'assurance.....	5
3. Le rôle de l'assurance.....	6
3.1 Le rôle social de l'assurance	7
3.2 Le rôle économique	8
3.2.1 L'assurance outil de crédit	8
3.2.2 L'assurance dispositif d'épargne et moyen de développement de l'investissement	8
3.2.3 L'assurance un moyen de reconstruction du patrimoine	8
3.2.4 L'assurance un moyen de prévoyance	9
Section 02 : Les Bases Techniques De L'assurance.....	9
1. Les éléments d'une opération d'assurance.....	9
1.1 Le risque	10
1.1.1 Les risques et leurs fréquences.....	10
1.2 La prime ou cotisation	11
1.3 La prestation	11
1.4 La compensation au sein de la mutualité	12
2. Les mécanismes fondamentaux de l'assurance.....	12
2.1 La loi des grands nombres	12
2.2 Les données statistiques de l'assurance	13
2.3 La prévision des probabilités futures de survenance des sinistres	14
3. Les différentes branches de l'assurance	14
3.1 Segmentation des produits d'assurances	14
3.1.1 L'assurance de personnes.....	14
3.1.2 L'assurance de dommage.....	15
3.1.2.1 L'assurance automobile	15
3.1.2.2 L'assurance incendie.....	16
3.1.2.3 Assurance agricole	17
3.1.2.4 Assurances transport	17
3.1.2.5 Assurances crédit.....	17
3.2 Les assurances gérées par répartition	18
Conclusion.....	18

Chapitre II : Presentation du secteur en algerie

Introduction	20
Section 01 : Aperçu Historique De L'assurance En Algerie	20
1 Evolution historique du marché assurantiel en algerie	20
1.1 La période coloniale	20
1.2 La période après l'indépendance	21
2 Les intervenants dans le marché algerien des assurances	23
2.1 Le ministère des finances	24
2.2 Les institutions autonomes	24
2.2.1 Le conseil nationale des assurances «CNA»	24
2.3 La commission de supervision d'assurance «CSA»	24
2.4 La centrale des risques	25
3. Les Assureurs	25
3.1 L'assurance directe	25
3.2 Les mutuelles d'assurances	27
3.3 Les compagnies d'assurances spécialisées	28
4. Les compagnies de réassurances	28
5. Les banques	28
6. Les agents généraux	29
7. Les courtiers d'assurances	29
8. Les metiers auxiliaires	29
Section 02 : Les Conditions, Les Obligations Et Les Regles Prudentielles D'exercice	
D'activite	31
1 Les conditions de formes	31
1.1 La société	32
1.2 Le bureau de représentation	32
1.3 La succursale	33
1.4 Autres conditions d'exercice des métiers de l'assurance	33
2. Obligations et règles prudentielles	34
2.1 Les obligations	34
2.2 les règles prudentielles	35
3. Les metiers d'assurance	37
3.1 L'organisation type d'une compagnie d'assurance	37
3.2 Le conseil d'administration	37
3.3 La direction generale	38
3.4 Les fonctions techniques	38
3.5 Les fonctions commerciales	38
3.6 Les fonctions financières	39
3.7 Les fonctions administratives	40
3.8 La distribution des produits d'assurances	41
3.9 Les métiers auxiliaires	41
conclusion	42

Chapitre III : Le marché algérien des assurances

Introduction :	44
Section 01 : Le Marché Algérien En Chiffres	44
1 Caractéristique du marche.....	44
2 Evolution de la production et la densité du marché des assurances	46
2.1 Production du marché des assurances 2005-2015.....	46
2.1.1 Production du marché par compagnie	46
2.1.2 Production du marché par branches d'assurance	47
2.2 Densité d'assurance et taux de pénétration	51
3. La réassurance	56
4. la bancassurance et la présence étrangère dans le marché des assurances en algérie	57
4.1 La bancassurance	57
4.2 Présence étrangère dans le marché des assurances	58
section 02 : Entraves et perspectives lies au developpement de l'assurance en algérie	59
1 Les obstacles lies au developpement du secteur assurantiel	59
1.1 La spécialisation des compagnies d'assurance	59
1.2 Faiblesse du marché financier	59
1.3 La dominance d'assurance dommage sur les assurances de personne	59
1.4 La mauvaise qualité du service et les délais de règlement des sinistres	60
1.5 Le dynamisme commercial	60
1.6 Absence d'une politique de motivation pour les assures et les assureurs	60
1.7 L'image de marque de la profession	61
1.8 Le retard technologique en matière d'outils de gestion	61
1.9 Le manque de confiance et l'absence de culture d'assurance auprès du public.....	61
1.10 Le facteur religieux	61
2. Perspectives de developpement des assurances.	62
2.1 Développer la culture assurantielle	62
2.2 Institution d'autres formes de distribution des produits d'assurances	63
2.3 La bonne gouvernance	63
2.4 Développer les opportunités de placement pour les compagnies d'assurance	64
2.5 Faire connaître la branche assurance de personne.....	64
2.5 La concurrence	64
2.6 La digitalisation de la relation client en Algérie	65
2.6.1 Le canal internet : les sites internet	65
2.6.2 Le canal réseaux sociaux.....	66
2.6.3 Le canal mobile en Algérie	67
2.7 La block Chain une perspective prometteuse pour les assurances en Algérie	68
2.8 Les insurtech sont le vivier de la recherche et développement	69
2.9 Faire dans l'innovation et la qualité du service.....	71
Conclusion	73
Chapitre IV : Plan de développement des produits de la compagnie des assurances « cash »	
Introduction	76
Section 01 : Présentations et références de la cash	76
1. Présentation de la cash	76
1.1 Historiques de la compagnie	76

1.2 Les objectifs de la société.....	79
1.3 Les produits et services de la compagnie	79
1.4 Le capital humain de la compagnie	80
1.5 La cash au sein du marché des assurances	80
1.6 La position de la cash sur le marché algérien des assurances	80
1.7 La perspective stratégique de développement de la cash	81
2. La structure de la cash	82
2.1 L'organisation de la société.....	82
2.1.1 La direction générale.....	82
2.1.2 Les directions régionales	82
2.1.3 Le réseau de distribution	82
Section 02 : la stratégie de la cash.....	84
1. Les axes et les orientations stratégiques de la cash.....	84
1.1 Consolider la position sur le marché des grands risques	84
1.2 Accroître les capacités d'acceptation des risques.....	86
1.3 Mettre à profit les compétences et les capacités de la cash en risk management.....	88
1.4 Constituer un portefeuille des risques d'entreprise renouvelable et profitable	90
1.5 Enrichir la gamme d'offres destinées aux particuliers et aux professionnels	92
1.6 Optimiser la gestion des actifs financiers.....	94
1.7 Finaliser la mise en place du système d'information de la cash	96
2 La politique de diversification des produits cash	97
2.1 Extension du réseau de distribution	98
2.2 Développement du processus de gestion des ventes en ligne	98
2.3 Le financement de développement des produits en externe.....	102
Conclusion.....	103
Conclusion générale	105
Bibliographie	