

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales
Et des Sciences de Gestion
Département des sciences Financières et Comptabilité



Mémoire de Fin de Cycle

Mémoire en vue de l'obtention du Diplôme de Master en Sciences de Gestion
Option : Finance et Assurance

Les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie

Présenté par :

OUKIL Kahina

SADOUNI Amel

Encadré par :

MR ACHIR Mohammed

Présenté devant le Jury composé de :

Président : OUALIKEN Selim, Professeur. UMMTO

Rapporteur : ACHIR Mohammed, M.C.B. UMMTO

Examineur : ABIDI Mohammed, M.C.B. UMMTO

Année universitaire 2019/2020

Remerciements

Nous remercions tout d'abord le bon dieu de nous avoir donné la santé, la détermination et le courage d'aller jusqu'au bout pour terminer ce modeste travail ainsi que nos famille, respectives, pour leur soutien et encouragement continuelle, sans oublier de remercier nos amis pour leur soutien et leurs encouragements.

C'est avec une grande reconnaissance que nous adressons nos sincères remerciements a travers ces lignes, a tous nos enseignants, qui nous ont légué leur savoir, et qui ont contribué concrètement à notre réussite, grâce a leurs efforts tout au long de notre cursus.

Nous remercions chaleureusement Monsieur ACHIR, notre maitre de mémoire, qui nous aura prodigué conseils et observations avec beaucoup de patience et de philosophie, nous lui disons tout simplement Merci pour l'intérêt accordé a notre thème, et pour son interminable encouragement à persévérer.

Nous tenons à présenter nos sincères remerciements à toutes les personnes qui nous ont consacré leurs temps, et qui ont contribué de près ou de loin à l'accomplissement de notre travail de recherche.

Enfin, nous tenons à remercier les membres de jury d'avoir accepté d'évaluer notre travail.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail a mes chers parents qui ont tout sacrifiés pour me voir un jour concrétiser mes projets, pour ça ma réussite est la leurs et pour eux ; car tout le long de mon chemin ma seule motivation est de les rendre fiers.

A ma grand-mère pour ses prières.

Mes sœurs qui ont été un réel soutien tout le long, surtout ma jeune sœur qui a été et restera un pilier important dans ma vie.

A ma sœur de cœur qui ma remise sur les rails à chaque fois qu'il le fallait.

Enfin à une personne qui a su me canaliser, être une oreille attentive mais aussi me redonner confiance en moi lors de mes doutes (elle se reconnaitra).

Et sans oublier mon binôme KAHINA ainsi que sa famille.

AMEL

Dédicace

A l'homme de ma vie, mon exemple éternel, mon soutien moral et source de joies et de bonheur, celui qui s'est toujours sacrifié pour me voir réussir, que dieu te garde pour nous, à toi mon père

Rabah

*A la lumière de mes jours, la source de mes efforts, la flamme de mon cœur, ma vie et mon bonheur ; maman que j'adore *Zedjiga**

A mon frère et ma sœur

**karim* *celia* qui n'ont cessé d'être pour moi des exemples de persévérance, de courage et de générosité, mon beau-frère *karim* et ma nièce *nayla* je dédie ce travail dont le grand plaisir leurs revient en premier lieu pour leurs conseil, aides et encouragement.*

A ma grand-mère que j'aime tant

*A ma binôme *Amel**

A toutes les personnes qui m'ont toujours aidé et encouragé, qui étaient toujours à mes cotés, et qui m'ont accompagné durant mon chemin d'étude, mes aimables amis, collègues d'étude.

Kahina

Liste des abréviations

Abréviations	Significations
2A	Algérienne Des Assurances.
ABC	Bank Arab Banking Corporation.
ACM	Assurance De Crédit Mutuel.
BADR	Banque De l'Agriculture Et Du Développement Rural.
BCIA	La Banque Commerciale Et Industrielle d'Algérie
BNP	Banque Nationale De Paris.
CAGEX	Compagnie Algérienne De Garantie Des Exportations.
CMC	Conseil De La Monnaie Et Du Crédit.
CNA	Conseil National Des Assurances.
CNEP	Caisse Nationale d'Epargne Et De Prévoyance.
CNR	Caisse Nationale De Retraite.
IARD	Incendies Accidents Risques Divers.
PIB	Produit Intérieur Brut.
SAA	Société Algérienne D'assurance.
SGCI	Société De Monnaie Des Crédits Immobiliers.

Sommaires

Introduction générale	01
Chapitre I : Genèse et fondements de la bancassurance	
Introduction	04
Section 01 : Introduction à la bancassurance	04
Section 02 : La bancassurance/évolution et pratique	12
Section 03 : Les acteurs de la bancassurance	17
Section 04 : Les produits distribués par les bancassurances	33
Conclusion	38
Chapitre II : Les enjeux de la bancassurance	
Introduction	39
Section 01 : Les enjeux de la bancassurance pour les banques	39
Section 02 : Les enjeux de la bancassurance pour les compagnies d'assurances	44
Section 03 : Les enjeux de la bancassurance pour les clients	47
Section 04 : Les enjeux de l'inclusion financière	48
Conclusion	51
Chapitre III : Les perspectives de développement de la bancassurance en Algérie	
Introduction	52
Section 01 : Cheminement vers la bancassurance	52
Section 02 : Le potentiel qui favorise la bancassurance	60
Section 03 : Les produits de bancassurance pour l'Algérie	65
Conclusion	69
Conclusion générale	70

Au cours de ces dernières décennies, le monde des finances a connu bons nombres de changements, parfois soldés par des échecs, mais poussés par un élan de progression et de l'envie de se détacher de cette image rigide à travers un processus de décloisonnement des activités, de déréglementation, de désintermédiation et d'innovation financière ayant pour impact direct l'intensification de la compétition entre les différents types d'acteurs de la branche financière, rendant ainsi le marché de plus en plus concurrentiel. Ceci a encouragé le rapprochement entre les métiers de la finance (*agent général, actuairer, trésorier, courtier...*) et la constitution de conglomérats financiers.

Le nouveau contexte concurrentiel et l'intensité de la désintermédiation ont influencé l'activité et la rentabilité des banques et les a obligés à réexaminer leur stratégies et les a poussé à élargir leur champ d'action, c'est ainsi qu'elles commencèrent à songer à mettre en œuvre de nouvelles stratégies de développement afin de s'adapter au contexte financier global; et dans l'espoir de connaître de meilleur jour, les banquiers ont vu en l'assurance un moyen de diversification et une source de nouvelles activités, notamment, avec les avantages fiscaux que confère l'assurance sur la vie.

Progressivement, le monde assistera à une disparition des frontières entre les deux activités. Le temps où les établissements de crédit se contentaient de distribuer des produits bancaires tandis que les assureurs se cotonnaient à commercialiser des contrats d'assurance est révolu.

Les banques ont débutés avec la vente de produits d'assurance complémentaires à leur métier pour se développer par la suite à la vente d'autres produits d'assurance.

L'assurance qui occupe une place très importante dans l'économie moderne semble constituer pour la banque un moyen de diversification et d'une nouvelle source d'activités. C'est dans cette perspective que, durant les années 80-90, la distribution des produits d'assurance par des guichets bancaires a commencé à se généraliser en Europe, et notamment en France, donnant naissance à un nouveau concept qui définit les divers rapprochements entre les banquiers et les assureurs, connu sous le nom de Bancassurance. Désormais, l'apparition et le développement de la bancassurance, durant ces dernières années, constituent l'un des plus significatifs changements dans le secteur des services financiers.

« L'objectif de ce phénomène peut être simplement commercial ; dans ce cas les banques vendent des contrats d'assurance, tandis que les assureurs distribuent des produits financiers. Toutefois, le rapprochement entre les deux institutions peut aussi être structurel, allant jusqu'à la création de conglomérats financiers. Dans cette perspective, la coopération

entre les deux institutions peut être bien plus élaborée, et se traduire par la création de structures communes. ».¹

Ainsi le mot d'ordre de la bancassurance, est une voie de création de richesse dans laquelle les professionnels de la banque et de l'assurance devraient résolument s'engager pour financer le développement économique et social.

En Algérie, la bancassurance a été introduite sur le marché par la promulgation de la loi 06/04 du 20 février 2006 modifiant l'ordonnance 95/07 du 25/01/1995 relative aux assurances. Cette nouvelle loi a apporté un nouveau souffle à la profession d'assurance et bancaire en Algérie, en permettant notamment la distribution des produits d'assurance par le billet des guichets bancaires. Ainsi, l'année 2008 a vu se concrétiser un certain nombre d'accords de partenariat entre les banques et les compagnies d'assurance.

En effet, la bancassurance se développe à petit pas en Algérie, du moment que l'environnement national et les réalités de l'économie algérienne sont différents de ceux des pays où la bancassurance est à son apogée. De ce fait, et face aux défis et aux enjeux de son développement, il nous paraît nécessaire de traiter ce phénomène de bancassurance, afin de mieux comprendre le contexte et la logique du rapprochement entre les banques et les compagnies d'assurance, délaissant ainsi toutes les frontières traditionnelles entre les deux activités.

▪ **Problématique**

Quel contexte et selon quelle logique les banques et les assurances ont été amenés, à franchir les frontières traditionnelles séparant leurs activités respectives ?

Notre travail essayera donc à évaluer le potentiel du marché algérien en matière de bancassurance et de cerner les perspectives de développement de cette nouvelle activité dans les banques algériennes. Pour ce faire nous prendrons le soin de répondre aux questions suivantes :

- Quels sont les enjeux réels qui ont fait de la bancassurance, en Europe, l'une des préoccupations majeures des différents acteurs économiques ?
- Quelles sont les perspectives de développement de la bancassurance en Algérie ?

De ces deux questions découlent les interrogations intermédiaires suivantes :

- Qu'est-ce que la bancassurance ? Et quels sont ses fondements théoriques et historiques ?
- Quels sont les facteurs clés du succès de la bancassurance ?

¹ KEREN Vered, « *La bancassurance* », Ed QUE SAIS-JE ?, Paris, 1997.

- Quels sont les produits distribués par la bancassurance ?
- Quelle est la réalité de la bancassurance en Algérie ?

▪ **Méthodologie de l'étude**

Nous avons arrêté une méthodologie qui s'articule autour d'une étude théorique qui reprend une synthèse des littératures économiques et financières en matière de bancassurance ; les expériences des pays précurseurs, les réalités et perspectives de son développement en Algérie.

▪ **Intérêt de la recherche**

L'intérêt d'étudier le développement de la bancassurance s'explique par deux raisons :

- La première est de mettre en évidence l'importance de la Bancassurance ;
- La seconde découle de la nécessité pour les banques et les compagnies d'assurances de se préparer pour opérer une reconfiguration radicale des processus (*reengineering*) qui semble être mise en cause par les profondes mutations que connaissent les deux secteurs.

▪ **Plan et structure du travail**

Notre travail est scindé en trois chapitres :

- Dans le chapitre premier, «*Genèse et fondements de la bancassurance* », divisé en quatre sections, dans la première nous ferons une introduction à la bancassurance et une rétrospective de son évolution ensuite nous allons présenter les acteurs de la bancassurance, enfin, présenter les différents produits distribués par les bancassurances.
- Dans le deuxième chapitre « *Les enjeux de la bancassurance* », seront abordés : les apports et les limites de la bancassurance sur les divers plans.
- Dans le troisième chapitre « *les perspectives de développement de la bancassurance en Algérie* », Nous présenterons ; un aperçu sur l'activité bancaire et assurantielle en Algérie, le potentiel qui favorise la bancassurance ; l'expérience algérienne en la matière, et en enfin les produits de bancassurance pour l'Algérie.

Introduction

La bancassurance est un phénomène relativement récent et nécessite d'être explicité pour une meilleure compréhension. A cet effet, nous exposerons dans une première section les définitions et tous les aspects techniques de la bancassurance, la deuxième section sera consacrée à la présentation des trois âges de la bancassurance et les facteurs clés du succès, puis Pour une meilleure compréhension du concept « *bancassurance* » et pour bien montrer les facteurs qui ont mené à sa naissance, nous parlerons dans la troisième section des deux institutions financières qui sont la banque et l'assurance, ensuite une présentation succincte des produits d'assurance distribués par les bancassurances fera l'objet de la quatrième section.

Section 01 : Introduction à la bancassurance

Cette section sera scindée en trois principaux points qui seront consacrés, en premier lieu à la présentation générale de la bancassurance, à ses raisons d'être et enfin aux diverses stratégies de rapprochement adoptées par les banques et les compagnies d'assurance.

I. Origines et définition de la bancassurance**I.1. Origines**

A l'origine, en Europe, la banque et l'assurance étaient deux professions confondues entre les mains d'une seule personne.

Au début des années 70, les ACM (*Assurances du Crédit Mutuel*) Vie et IARD* en France obtiennent leur agrément, marquant ainsi l'histoire de l'assurance. L'idée leur est venue de se passer d'intermédiaire pour l'assurance des crédits emprunteurs, et de devenir eux-mêmes assureur de leurs propres clients de banque. Ils sont ainsi devenus les précurseurs de ce que l'on nommera quinze ans plus tard « *la Bancassurance* ».¹

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

Cependant, d'un point de vue purement historique, les véritables pionniers furent les britanniques avec la création de Barclays Life en septembre 1965. Cette filiale n'eut pas un franc succès, tout comme le concept de bancassurance d'ailleurs. Ceci nous conduit à

* **IARD** : Incendies, Accidents, et Risques Divers.

¹ MARJORIE Chevalier, CAROLE Launay et BERENGERE Mainguy, « *La Bancassurance* », Éditions Groupe SCOR2005. P 2.

conclure que l'Europe est le berceau de la bancassurance, ce qui explique en partie la dominance des marchés bancassureurs européens.

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

A titre d'exemple en Afrique, l'environnement politico-économique des pays maghrébins est différent comparé à ce qui se passe dans les pays développés. Au Maroc, en Tunisie ou en Algérie, la bancassurance n'a pas connue la même évolution.³

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

Tableau N°01 : Historique de la bancassurance

Commencement	Maturité	Diversification	concentration
1975-1985	1985-2000	2000-2005	Aujourd'hui
Coopération externes/création de filiales (interne)	Offres publique d'achat/croissance externe	Alliances partenariats	Rachats
Simple distribution	Intégration de services	Approche personnalisée	

Source : La Bancassurance, Focus, Scor Vie, 2005, Op.cit.

I.2. Définition de la bancassurance

Le concept de bancassurance ne connaît pas de définition unique. Si l'on retient l'approche organisationnelle, le terme recouvre les différents modes de rapprochement entre, les activités bancaires et d'assurance. En d'autres termes, cela concerne la distribution de produits bancaires et d'assurance par un même réseau. Dans ce cas, la bancassurance couvre un champ très large de possibilités : simple distribution de produits d'assurance par les guichets bancaires ; intégration d'un établissement bancaire et d'une société d'assurance au sein d'un même groupe afin d'exploiter au mieux les synergies potentielles ; activité d'assurance fournie par une filiale spécialisée d'une banque.

Le terme bancassurance est également utilisé pour caractériser d'autres situations quel que soit le sens de diversification des activités. Dans ce contexte, au côté des banques

² SAÏDANE Dhafer « les deux modèles de la bancassurance », la revue : l'expansion, samedi 7 juin 2007.

³ ABANE Mouloud « l'ère de la globalisation des services », revue algérienne des assurances, N°02, pp24-25.

développant des activités d'assurance (*la bancassurance stricto sensu*) coexistent des compagnies d'assurance qui distribuent des produits bancaires (*on parle alors d'assurbanque*) et des holdings regroupant les deux types d'activités : « *allfinanz* ».

Autrement dit, la bancassurance est une situation où un assureur décide d'adjoindre par le contrat avec une banque, un service bancaire à la gamme des produits d'assurance ou monter une filiale bancaire au sein de groupe d'assurance.⁴

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

II. Les raisons d'être de la bancassurance

Les années 1980 ont connu de forts mouvements de désintermédiation caractérisés par la prolifération de la finance directe, qui est conjuguée avec des niveaux de taux d'intérêt très élevés, amenaient les entreprises à se financer directement sur le Marché Financier délaissant ainsi le crédit bancaire, l'essence même du métier de banquier. Les banques ne pouvaient rester sans rien faire face aux lourdes charges de leur dense réseau de distribution, qui pesaient lourd sur le bilan, à la hausse de leur frais de gestion et de marketing suivie d'une détérioration de leur marge de rentabilité due essentiellement à une concurrence avivée et au resserrement des marges sur les taux d'intérêts.

Ainsi, elles vont dans une première étape investir massivement dans la gestion collective et les activités de marché. Les résultats étaient globalement probants mais les opportunités qu'offre le marché de l'assurance ne peuvent laisser les banques indifférentes.⁶

Néanmoins, l'apparition de la bancassurance est due à plusieurs facteurs et élément qui sont communs que ce soit pour la banque ou pour la société d'assurance (*marché turbulents, recherche de nouvelles clientèles, la communication et la stabilité*). Nous allons essayer d'expliquer les quelques éléments qui nous paraissent plus déterminants.⁷

II.1. La proximité des métiers

Le rapprochement des deux métiers tient à la connaissance, à l'appréciation et à la gestion des risques dans la durée pour le compte des clients, qu'il s'agisse de conditions de

⁴ TRAINERP, « *la bancassurance : généralisation ou déclin du modèle* », Revue d'Economie Financière n°53,1999, p 95.

⁵Voir Les cahiers Sigma, n°07/2001, Les centres financiers mondiaux : nouveaux horizons pour les compagnies d'assurance et les banques, Edition SwissRe, P5.

⁶BENNADJI Tahar.*Op.cit.*, p.7.

⁷BORDERIE Alain et LAFITTE Michel, « *La bancassurance Stratégie et perspectives en Finances et en Europe* », REVUE BANQUE Edition, Paris, 2004. p.p, 69-71.

l'octroi de crédits ou de la couverture de divers types d'aléa de la vie. Le chevauchement des activités des banquiers et des assureurs est particulièrement importante dans le domaine de l'épargne et de l'assurance vie, et il constitue un facteur de succès de la pénétration de la bancassurance.⁸

II.2. La complémentarité des produits

Si la gestion de l'argent constitue un point commun aux activités des banquiers et des assureurs, la nature des produits proposés présente une certaine complémentarité. En effet, le cycle d'exploitation des contrats bancaires est classique, puisque, conformément à l'exécution d'une prestation par un fournisseur de services, la rémunération suivant l'octroi d'un crédit se fait au fur et à mesure de l'exécution de ce contrat. Inversement dans l'assurance, l'assureur est payé par avance par le règlement d'une prime, et ce n'est qu'après un laps de temps qui peut être très long et souvent aléatoire que le client reçoit la prestation convenue en contrepartie de la prime versée. On parle dans ce cas d'inversion du cycle d'exploitation.

Le partenariat entre banque et assurance peut donc présenter un certain intérêt de refinancement de la banque et, via le réseau d'agences de la banque, peut aider à la croissance du chiffre d'affaires de l'assurance.⁹

II.3. Le cadre réglementaire

Un cadre réglementaire encourageant les rapprochements entre banques et sociétés d'assurance et le développement du concept de la Banque Universelle dans la plupart des pays européens et surtout avec les directives européennes en matière de services financiers.¹⁰

II.4. L'introduction de nouveaux produits

L'élargissement de la gamme de produits offerts ne peut que contribuer à l'amélioration de la rentabilité globale de la banque et à la réduction de l'impact des charges fixes.¹¹

II.5. La fidélisation de la clientèle

La volonté d'offrir à la clientèle un service global pour l'équiper avec le maximum de produits d'un même réseau de distribution n'a pour but que la fidélisation d'une clientèle trop volatile ;

⁸ HADDOUCHE, Souad : « *La pratique de la bancassurance en Algérie* » : Etude exploratoire de la satisfaction des clients, mémoire de fin d'études en sciences commerciales, université Abderrahmane Mira, bejaia, p. 10.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.* p11.

¹¹ *Ibid.*

En effet, l'augmentation de la fidélité et de la loyauté est fonction du nombre de produits acquis chez un même distributeur, toutes choses égales par ailleurs.¹²

II.6. La course au fonds propres

Les assureurs possèdent généralement des fonds propres assez importants. Ils se distinguent en cela des banques et des sociétés d'assurance filiales de banque qui en possèdent assez peu. Aussi, mais uniquement dans le cas de partenariats entre assureurs et banquiers, il est possible d'envisager une synergie conduisant à améliorer le ratio de solvabilité des banques.

II.7. La réduction des frais d'intermédiation

Le coût de la constitution de la prime d'assurance est élevé en tenant compte des deux éléments qui la composent : la prime pure qui correspond à l'équilibre technique du produit proposé détermine sur des bases actuarielles et le chargement de la prime qui inclut l'ensemble des frais de sa gestion et de sa commercialisation.

L'utilisation des réseaux bancaires et la mutualisation de tout ou partie des moyens logistiques et technologiques appartenant à la banque présente des opportunités de réduire le coût de chargement de manière significative.

II.8. Le poids comparatif des réseaux

La diversité des réseaux de distribution et leur relation de proximité avec les clients constitue un atout fondamental pour la bancassurance. Aussi, il est nécessaire d'apporter quelques éléments quantitatifs qui permettent de comparer le poids relatif des réseaux et leur rôle dans le succès de la distribution de produits d'assurance vie.

II.9. Le soutien des équipes de marketing à la stratégie de rapprochement de leur banque

Ces dernières n'ont pas lésiné leurs efforts pour renforcer la position de leur banque en usant de tous les outils ; études de marché, typologie et segmentation de la clientèle et surtout les enquêtes qui révèlent les attentes des clients en matière de sécurité et de placement et leur confiance dans les guichetiers pour les aider à gérer leur patrimoine.¹³

III. Les formes et stratégies de rapprochement dans la bancassurance

Il n'y a pas un unique moyen d'entrer à la bancassurance qui est le mieux pour toutes les banques et toutes les sociétés d'assurance. Comme dans tous les domaines des affaires, le choix dépendra de la stratégie envisagée par les deux partenaires. Celle-ci est généralement fonction de l'environnement interne et externe des deux entités et surtout fonction des

¹²HADDOUCHE, Souad : « *La pratique de la bancassurance en Algérie* » Op.cit. p, 11.

¹³ BENNADJI Tahar. Op.cit.,p, 8.

objectifs arrêtés qui peuvent aller d'une simple distribution des produits du partenaire à la volonté de contrôler un établissement du secteur complémentaire .

Plusieurs scénarios peuvent se présenter .Néanmoins, nous proposons d'étudier les stratégies et les formes les plus utilisées en Europe ¹⁴:

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

Aujourd'hui, il est assez rare que le fabricant vende directement ses produits à l'utilisateur final. En général, une multitude d'intermédiaires aux noms variés s'interposent entre le producteur et le consommateur final.

Le circuit de distribution est un mode d'organisation permettant d'accomplir des activités qui ont toutes pour but d'amener au bon endroit et au bon moment les produits appropriés. Le recours aux intermédiaires se justifie lorsqu'ils remplissent les fonctions de commercialisation plus efficacement que les producteurs. Par exemple, les produits d'assurance peuvent être vendus par les réseaux bancaires à des coûts inférieurs à ceux des services de l'assurance.

L'accord de distribution des produits d'assurance par la banque est la forme la plus simple de la bancassurance. L'objectif est la rentabilisation du réseau de distribution de la banque d'une part, et l'accès, pour l'assureur, à une clientèle plus rentable et plus solvable d'autre part. Tout en demeurant indépendante chacune des deux sociétés sur le plan juridique, ces accords peuvent être assortis d'une participation croisée ou non mais très minoritaire dans le capital de la banque ou de l'assurance : la banque est un simple intermédiaire en assurance et fait concurrence plutôt aux courtiers et aux agents généraux.

Cette solution présente l'avantage de limiter l'investissement initial, la prise de risque et procure une rentabilité plus rapide, tout ceci, bien sûr au prix d'un partage des bénéfices. Cependant, cette formule impose une cohabitation des cultures d'entreprises différentes, entraîne une perte de contrôle de la qualité de la clientèle et peut être à l'origine des conflits. Huit banques camerounaises ont adopté cette forme de partenariat avec les compagnies d'assurance.

III.2. La création d'une nouvelle filiale

Elle se met en place soit par :

- La création d'une filiale d'assurance par la banque ;
- La création d'une filiale bancaire par une société d'assurance.

¹⁴DANIEL Jean-Pierre.*Op.cit.*

III.2.1 La création d'une filiale d'assurance par la banque

Cette forme se caractérise par la création d'une filiale d'assurance pour pouvoir contrôler et surveiller d'une manière efficace cette nouvelle activité.

C'est le modèle le plus connu en France, en Italie et en Espagne, le cas le plus connu en France est celui des assurances du crédit mutuel, l'union des assurances fédérales (*crédit lyonnais et le crédit agricole*) par ses deux filiales PACIFICA et PREDICA.¹⁵

III.2.2. Création d'une filiale bancaire par une société d'assurance

Cette forme de partenariat s'appelle assurfinance, c'est une réaction des compagnies d'assurance à la concurrence bancaire à l'instar d'AXA banque en France. Est Par contre peu fréquente en raison des barrières à l'entrée qui sont plus importantes dans le domaine bancaire que celui des assurances et la taille optimale minimale nécessaire dans le marché bancaire est de loin supérieur à celle prévalant dans le marché de l'assurance.¹⁶

Ces stratégies de croissance interne permet à la banque de tirer le profit ou le bénéfice des commissions ainsi des dividendes mais cela nécessite un investissement énorme de capitaux propres et de formation du personnel sur cette nouvelle activité.

III.3. Les stratégies de croissance

Ce sont des stratégies qui peuvent s'exprimer par des prises de participation et acquisition minoritaire, mais suffisante pour exercer un contrôle sur la cible par la suite.

Elles sont adaptées par les banques ou les compagnies d'assurance qui veulent pénétrer le marché à partir d'un seuil élevé. La prise de contrôle d'une firme déjà existante est indispensable, mais son absorption et son intégration totale ne sont pas nécessaires, elle peut donc conserver son statut juridique. Comme elle peuvent aussi prendre la forme d'une fusion-absorption et donner ainsi naissance à une nouvelle entité de bancassurance.

Ces stratégies sont plutôt profitables pour les compagnies d'assurance que pour les banques.¹⁷

III.4. Les joint-ventures

Ils consistent en la création d'une nouvelle société d'assurance dans laquelle une banque et une compagnie d'assurance qui existent déjà se partagent les parts sociales.

Ces Stratégies peuvent s'avérer très efficaces pour dégager des synergies opérationnelles et éviter certains conflits liés à la culture et stratégies d'entreprise

¹⁵ BORDERIE Alain et LAFITTE Michel, *Op.cit.*, page, 49.

¹⁶ HADDOUCHE Souad, « *La pratique de la bancassurance en Algérie : Étude exploratoire de la satisfaction des clients* » mémoire de fin de cycle 2018, p, 17.

¹⁷ HADDOUCHE Souad *Op.cit.* ,p, 17.

La meilleure stratégie bancassurance dépend des forces et faiblesses de l'organisation existante et du choix du partenaire éventuel.

La stratégie de création de filiale s'avère plus réussie que les autres, elle permet de consolider le développement de la bancassurance d'une manière plus efficace.

- La joint-venture distribue les produits d'assurance par le réseau de la Banque associé voire d'autres banques :
- Accès au réseau bancaire pour certains produits, partage de données et Opérations intégrées.¹⁸

Néanmoins, le choix d'une bonne stratégie bancassurance reste insuffisant afin de réaliser de bons résultats. Un cadre réglementaire propice et un environnement fiscal favorable s'avèrent indispensables. Ces derniers décident de la péripétie dans laquelle s'opérera la transition vers la bancassurance et de l'orientation Produit de la banque. Ainsi, la section suivante sera consacrée à la présentation des caractéristiques et les facteurs clés de succès de la bancassurance.¹⁹

¹⁸ BERANGERLM, CHEVALIER.M et LAUNAY.C, « *Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde* », Le rapport FOCUS publication de SCOR vie. Paris.2005, p 05.

¹⁹BENNADJI Tahar, *Op.cit.* p 11.

Section 02 : La bancassurance, évolution et pratique

La fourniture des services financiers qui combinent diverses fonctions en matière de placement, de financement et d'assurance par une même entité nous paraît aujourd'hui révolutionnaire ; or leur rapprochement a commencé très tôt dans l'histoire de l'économie avec les prêts maritimes grandes aventures.

Ces dernières décennies, les limites entre la banque et l'assurance ont commencé à s'effacer graduellement. La Bancassurance est apparue au milieu des années 1970 en France et a connu un développement notable dans certains pays européens. Elle est le résultat du rapprochement structurel entre les banques, et les compagnies d'assurances.²⁰

Ainsi le mot d'ordre de la bancassurance, est une voie de création de richesse dans laquelle les professionnels de la banque et de l'assurance devraient résolument s'engager pour financer le développement économique et social.

Un important défi est ainsi donc lancé aux professionnels de la banque et de l'assurance. Relever ce défi nécessitera, sans doute, une véritable volonté politique de la part des dirigeants des secteurs banque, finance, assurance.

C'est ainsi que les banques, en Europe, commencèrent à se lancer dans des stratégies de diversification vers l'assurance. Elles ont commencé à distribuer des produits d'assurance proches de l'activité bancaire et constituant le prolongement naturel de leur profession comme l'assurance garantissant le paiement du solde restant dû dans le cadre d'un crédit et les assurances liées aux instruments de paiement. Puis elles ont intégré les produits d'assurance vie dans leur gamme de produits. Déjà en 1996, les banques en France détenaient plus de 60% des parts du marché de l'assurance vie. Le succès était tel, que les banques n'ont pas hésité à s'aventurer dans l'assurance de dommages, un domaine tout à fait étrange à la banque avec un profil de risque différent de celui déjà connu.²¹

Nous pouvons distinguer deux tendances principales en Europe. La première, et la plus réussie, est le modèle classique de bancassurance à la française qui vise à dégager des synergies au niveau de l'exploitation par des coopérations, des fusions et/ou créations d'entreprises propres. La seconde tendance se base sur la fourniture d'un bouquet de prestations destinées à satisfaire les besoins financiers de la clientèle.²²

²⁰Voir la revue de l'assurance N°14p16.

²¹BENNADJI Tahar, *Op.cit.* p,19.

²²*Ibid*,p,p,19-20.

I. Les trois âges de la bancassurance en Europe

La bancassurance, en Europe, a passé par plusieurs étapes, qui peuvent être résumées par le graphique ci-après.

Tableau N°02 : Les trois âges de la bancassurance en Europe

	Les pionniers	La maturité 1985-2000	Les nouveaux enjeux de 2000 à aujourd'hui
Structure juridique	Coopération externe ou filialisation interne	Prises de contrôle majoritaires et croissance interne	Alliances et partenariats transnationaux
Produits	Complémentarité ou cout marginal	Intégration de services	Conseil personnalisés sur profils de clientèle
Distribution	Guichet de banque	Marketing mix proactif	Multicanaal, et extranet
Organisation	Application spécifiques	Services connectés	Plate-forme de Production et temps réel

Source : banque Stratégie.²³

Les pionniers ont basé leur offre sur des considérations de coûts de distribution par l'affectation de coûts de distribution marginaux combinés à une rémunération variable et faible et de loin inférieure à celle perçue par les autres intermédiaires, mais elle reste tout de même incitative pour le personnel concerné.

Cette période est caractérisée par la multiplicité des compagnes de vente promotionnelles des contrats d'assurance vie ce qui a étoffé l'offre et a contribué à la vulgarisation des produits. Ceci a permis à la clientèle d'avoir une épargne plus attrayante transmissible dans des conditions fiscales plus favorables.²⁴

La réaction des assureurs ne s'est pas fait attendre. Dès les années 1985, les stratégies d'AssurFinance devinrent monnaie courante. Parallèlement, le concept du client global commençait à s'imposer progressivement à la plupart des opérateurs du secteur financier qui ne peuvent laisser échapper l'occasion de fidéliser une clientèle volatile.

Depuis l'an 2000, la bancassurance est passée à une nouvelle étape, une étape de transnationalisation de la bancassurance où le conseil personnalisé constituera le principal

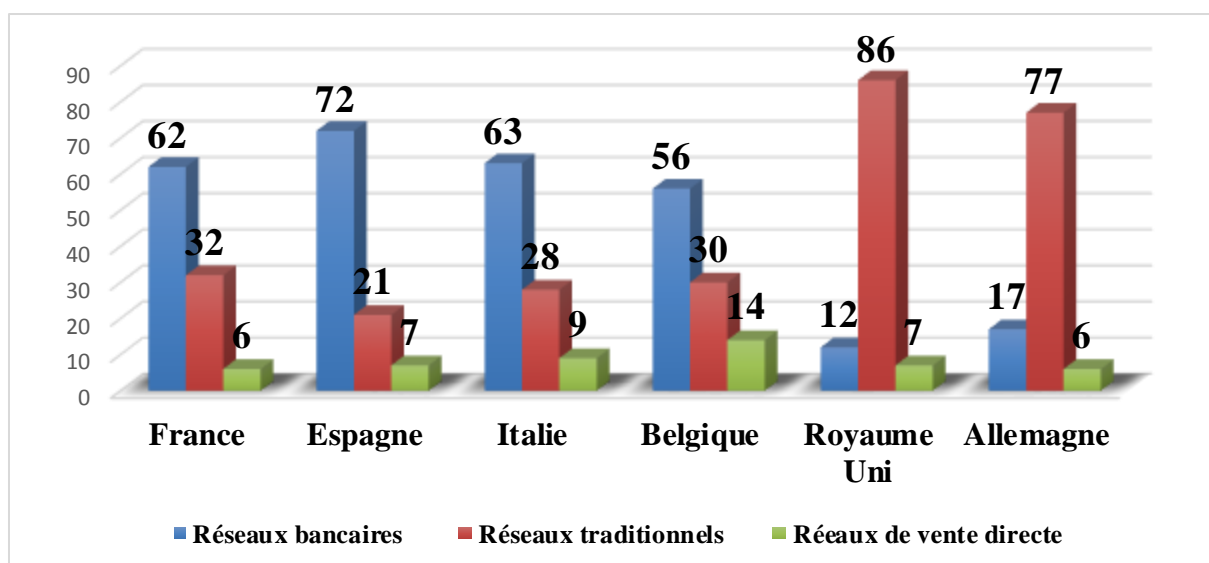
²³ VALIN Gérard, « Les trois âges de la bancassurance », Banque Stratégie, mai 2001 n°182, Banque Editeurs, Paris, p 07.

²⁴BENNADJI Tahar, Op.cit.p.20.

enjeu d'avenir. L'avènement de l'Euro en janvier 2002 et l'Europe élargie prochainement ne font qu'accélérer le processus qui a déjà atteint sa vitesse de croisière.²⁵

A l'exception de l'Allemagne et du Royaume Uni où la bancassurance ne s'est pas vraiment imposée, les autres pays Européens ont connu la dominance de la bancassurance comme modèle de distribution des produits d'assurance vie, comme le montre le graphique ci-après. En assurance dommages les résultats ne sont pas aussi probants.²⁶

Graphique N°01 : Les parts de marché en assurance vie par réseau de distribution en Europe (en pourcentage).



Source : BERANGERLM, CHEVALIER.M et LAUNAY.C, « Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde », Le rapport FOCUS publication de SCOR vie.

Le graphique montre qu'à l'exception de l'Allemagne et du Royaume Uni où les réseaux traditionnels détiennent plus de 80 % des parts de marché en assurance vie, les réseaux bancaires dominent, avec des parts de marché oscillant entre 50% et 70%.

II. Les facteurs clés du succès de la bancassurance

Le premier facteur de succès est sans aucun doute l'environnement du pays concerné, en premier lieu son environnement légal et fiscal. En second lieu viennent les avantages fiscaux favorisant l'épargne individuelle. Viennent enfin les facteurs culturels et comportementaux. Un faible taux de pénétration de l'assurance Vie, favorisant l'implantation d'assureurs étrangers, peut également avoir un impact important. En effet, ces assureurs choisissent souvent des alliances avec des banques locales.²⁷

²⁵BENNADJI Tahar, *Op.cit.*p.p.19-20.

²⁶*Ibid.*, p21.

²⁷FENELON Sara et autres, Focus « La Bancassurance », septembre 2005, « La bancassurance dans le monde Quels facteurs de succès pour la bancassurance ? », p.p.9-11.

Le modèle bancassurance a aussi ses facteurs endogènes de succès : son organisation, son système d'information, la formation et la rémunération de ses vendeurs, ses méthodes de vente, mais aussi les produits d'assurance commercialisés.

Une forte intégration du système d'information de l'assurance dans celui de la banque est indispensable. Elle permet une souscription décentralisée au maximum au niveau de l'agence bancaire, mais une gestion des contrats et des sinistres centralisée chez l'assureur. En outre, une formation et une motivation (*notamment financière*) du réseau bancaire à la vente des produits d'assurance sont nécessaires à la réussite commerciale.

Enfin, les caractéristiques des produits vendus sont essentielles. L'activité d'assurance d'un réseau bancaire débute souvent avec des produits proches de l'activité bancaire : vie individuelle, assurance des crédits et des opérations bancaires (*emprunts immobiliers, prêts à la consommation, assurance de découverts, couverture de cartes de crédit...*).

Elle leur fournit un accès facile à l'assurance, une méthode de paiement simple, une couverture financièrement avantageuse grâce à des tarifs groupes. Même lorsque les banquiers étendent leur gamme de produits d'assurance, les contrats qu'ils proposent restent faciles à comprendre, pour le client et le vendeur : les garanties sont simples, avec très peu d'options, une tarification simplifiée. Elles permettent des primes peu élevées et une souscription simplifiée.

Le succès de la commercialisation de produits d'assurance par les réseaux bancaires profite donc de la bonne image de la banque auprès de ses clients, d'une base importante de clients réguliers, et de l'intégration du processus de commercialisation dans l'activité quotidienne de la banque. Quant à la bonne adaptation au réseau bancaire des produits vendus, elle est essentielle.

Partout dans le monde, la réglementation en matière de banque et d'assurance a changé ou elle est entrain de changer.²⁸ Chez nous, en Algérie, beaucoup reste à faire dans ce domaine.

Des réformes du secteur financier ont été opérées ces dernières années. La dernière, en date du 20 février 2006, relative aux assurances²⁹ a permis l'introduction de la bancassurance en autorisant les banques à distribuer les produits d'assurance.

La jonction de deux métiers de la banque et de l'assurance fait apparaître la bancassurance. Ce dernier donc n'est venu que pour renforcer la collaboration et la

²⁸Voir Elwatan économie du 19 juin 2006 in www.elwatan.com/spip.php.

²⁹Voir la loi 06-04 du 20 février 2006.

complémentarité dès les deux secteurs mais aussi, fait naître une concurrence et augmentera par conséquent l'efficacité.

Décidément, les banques en Europe sont, plus que jamais, déterminées à s'engager dans la bancassurance même si la plupart des marchés de l'assurance européens sont matures et en phase de saturation. Cependant, le concept de bancassurance est sujet à controverses, quoique adopté même par les anglais, et ne fait pas unanimité entre les spécialistes en la matière. Ledit concept reste une notion qui trouble par la multiplicité de ses interprétations et par l'essor rapide de son contour qui est appelé à changer de configuration avec les mutations rapides et les synergies qui continuent de bouleverser la sphère des services financiers.

Néanmoins, la grande majorité des spécialistes en la matière s'accordent à dire que toute coopération entre des prestataires de services financiers et de conseillers, n'appartenant pas à la même branche, qui s'échangent leur canaux de distribution réciproques, constitue une forme de bancassurance, lui donnant une conception plus large qui dépasse le stade restreint de la coopération entre banquiers et assureurs uniquement.

Il apparaît que la bancassurance ne s'est pas imposée partout dans le monde, mais elle reste tout de même un exemple de succès dans plusieurs pays à l'instar de la France et de l'Italie où elle occupe le premier rang dans la distribution des produits d'assurance vie. Les bancassureurs commencent aussi à gagner du terrain sur le marché de l'assurance de dommages.

Section 03 : Les acteurs de la bancassurance

Cette section sera consacrée à la présentation des acteurs de bancassurance qui sont la banque et l'assurance et le rapprochement entre les deux métiers.

I. La banque

La banque a toujours été considérée comme un univers fermé, une activité obscure, complexe dont la sophistication croissante de l'opération demeure réservée à un cercle restreint de spécialistes de professionnels.

Et pourtant, la banque est au cœur de l'économie. Elle joue de plus en plus un rôle décisif : gérant les dépôts et l'épargne, distribuant le crédit, animant les marchés financiers, organisant les paiements et le change. En général, les établissements bancaires irriguant le pays d'un flux vital : l'argent. Une « *matière première* » qui n'est pas ordinaire. Une « *marchandise* » dont le processus de fabrication est un bien mystérieux, une denrée rare, sensible, stratégique qui ne peut laisser personne indifférent.³⁰

I.1. Historique

Tout d'abord, le premier point présentera l'historique de l'activité bancaire et son évolution à travers les siècles jusqu'à notre époque contemporaine :

I.1.1. La banque dans l'antiquité

L'histoire de la banque suit les grandes étapes de l'histoire de la monnaie même si certaines opérations financières coutumières des banques, comme le prêt à intérêt, ont pu être relevées depuis la plus haute antiquité avant même l'invention de la monnaie³¹. On peut faire remonter l'origine de la banque à Babylone, où, dès le II^e millénaire av. J.-C.³², le prêt sur marchandises (*particulièrement les grains*) se pratiquait déjà dans l'enceinte des temples.

En Grèce, des spécialistes, les Trapézites*, dont les locaux sont protégés, reçoivent des dépôts et peuvent jouer un rôle d'intermédiaire notamment dans les commandites maritimes. Sous l'Empire romain, les financiers de l'époque, les Argentari, jouent un rôle semblable, mais ajoutant à leurs activités l'avance de fonds pour le compte de leurs clients, moyennant intérêts. Jusqu'au Moyen Âge, les activités de banque ne concerneront essentiellement que des opérations de caisse, le crédit restant rare. Cette situation typique de l'antiquité où il y a des

³⁰ EL HAMZINissrine, EL MOUMNI Sanaa, QUANDARANE Imane, EL MANSOURI Younes, BAHLOWAN Younes « *les spécificités des banques* » école nationale de commerce et de gestion, p 5.

³¹ www.wikipedia.org. Consulté le 02/01/2021.à21h00.

³² O.Pastre, « *La Banque* » collect° les Essentiels, Edit Milan. (1997).

* Les trapézistes sont les banquiers de la Grèce antique.

banquiers mais pas de banque au sens institutionnel, va se perpétuer dans toute la période du haut moyen-âge.³³

I.1.2. La finance italienne et les premières banques

Pour désigner les banquiers au moyen-âge, on emploie le terme de « *Lombards* » car les italiens sont la clé de voûte du métier. En effet, les marchands italiens sont devenus dès le XI^{ème} siècle les principaux intermédiaires entre l'orient et l'occident méditerranéen. Ainsi, le *banca di scritta*, le tréteau qu'ils dressaient dans les foires, est à l'origine du mot banque. Cependant, les banquiers acquièrent une bonne notoriété et développent leur réseau de correspondant. C'est ainsi que la lettre de change devient un véritable instrument de paiement où son utilisation est réservée aux grandes places mais la plus importante masse des opérations bancaires s'effectuent à Amsterdam où est fondée la banque d'Amsterdam en 1609, ou à Londres où apparaît la Banque d'Angleterre en 1694.³⁴

I.1.3. L'expansion bancaire depuis le XIX^e siècle

Pendant la révolution industrielle, les banques jouent aussi leur rôle en favorisant l'industrialisation grâce aux comptes d'épargne. C'est ainsi naissent les maisons de Haute Banques, qui, forts de solides fonds propres, attirent les gros patrimoines, et la gestion de fortune devient la base de leurs activités. La crise bancaire de 1907 puis les deux guerres mondiales et la crise de 1929 ne sont pas favorables à l'expansion du secteur bancaire. L'expérience prouve que la généralisation des banques centrales « *prêteur de dernier ressort* », ne garantit pas la stabilité financière, c'est le Trésor qui conduit toute la politique de crédit et les banques ont principalement un rôle de collecte.

I.1.4. La révolution bancaire à partir 1980

Avec l'arrivée des changes flottants et le moindre souci de tenir son taux de change, les Etats relâchent largement leur emprise sur les banques, un vaste mouvement de dérèglementation du secteur bancaire voit le jour, les distinctions impératives entre banques de dépôts et banque d'affaires sont supprimées, la banque et l'assurance peuvent se mêler, de même, les banques peuvent devenir agent de change.

Le concept de la banque universelle tend à s'imposer en même temps que des concentrations ont lieu, c'est le décloisonnement en des banques d'affaires et des banques de dépôts. Ainsi la banque s'est imposée au cours des siècles jusqu'à devenir aujourd'hui omniprésente.³⁵

³³http://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_de_la_banque, consulté le 04 /01/2021.à14h00.

³⁴*Idem*.

³⁵http://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_de_la_banque, consulté le 04 /01/2021.à19h00.

I.2. Définition

Il convient de définir la banque en adoptant trois approches : une approche théorique où la fonction d'intermédiaire financier est privilégiée, une approche institutionnelle liée à la notion d'établissement de crédit et une approche plus professionnelle qui reconnaît la diversité du métier de banquier.³⁶

I.2.1. La banque en tant qu'intermédiaire financier

La banque est l'intervenant principal du processus de finance indirecte dite également économie d'endettement, dont l'activité principale est l'intermédiation entre les agents à excédent de ressources et les agents à déficit de financement, recevant des premiers des dépôts liquide à vue ou à terme contre rémunération, et octroyant aux deuxièmes des crédits rémunérés à taux d'intérêt débiteurs largement supérieur aux taux d'intérêt créditeurs dont bénéficient les déposants.

I.2.2. La banque en tant qu'établissement de crédit

« La banque est une institution dont le statut et les opérations relèvent d'une législation spécifique, dite loi bancaire, traitant de la plupart des aspects de fonctionnement d'une banque et définissant l'activité bancaire ».³⁷

I.2.3. La banque en tant qu'entreprise

La banque ne connaît pas de cycle de production à l'instar des entreprises industrielles. On peut présenter la banque comme une entreprise de services à fonctions, statuts et activités fort différents.³⁸

Les deux approches précédentes, relatives à l'entreprise bancaire, sont partielles dans la mesure où elles ne reflètent pas la grande diversité de l'activité bancaire. Le recours à la notion de métier permet de compléter la présentation de l'entreprise bancaire. Les différents métiers d'une banque seront développés dans la partie qui suit.

I.3. Typologie de banque

On recense plusieurs formes d'organisation des banques : les banques publiques, les banques coopératives, les banques commerciales...³⁹

I.3.1 La banque coopérative (banque mutualiste)

Il se caractérise par son mode de contrôle généralement assuré par leurs sociétaires disposant d'un double statut.

³⁶DE COUSSERGUES Sylvie, « Gestion de la banque », Dunod, Paris, 2002, p, 01.

³⁷BELKADI Saliha, « la bancassurance et ses perspectives de son développement en Algérie », mémoire de magister, p11.

³⁸MIKDASHI Z. « Les banques à l'ère de la mondialisation », édition Economica ,1998. P.7.

³⁹<https://www.zebank.fr/banques/les-differents-types-de-banques> .consulté le 28/12/2020. à21h00.

Ces sociétaires qui sont à la fois actionnaires (*associés*) et clients (*usagers*) Peuvent être des particuliers, des syndicats, des mutuels, des associations et même des collectivités publique.

I.3.2. La banque commerciale

C'est une entreprise privée qui met à la disposition de ses clients différents produits, notamment des crédits, des placements ou des épargnes, et des assurances.

Elle vise à réaliser des bénéfices sur toutes les opérations qu'elle effectue. En effet une banque commerciale peut être une banque internationale, nationale et régionale.

I.3.3. La banque publique

Comme son nom l'indique, elle appartient à des acteurs publics comme l'Etat, les collectivités ou les établissements publics. La banque postale, la caisse des dépôts et consignations ou encore les caisses de crédit municipal en font partie.

I.3.4. La banque centrale

Elle constitue une institution nationale à but non lucratif. Elle a pour principale mission d'émettre de la monnaie. D'assurer l'équilibre et la stabilité des prix et surtout la bonne marche de l'économie.

I.3.5. Banque de dépôt

Elle regroupe la banque de détail, destinée principalement aux particuliers et aux petites entreprises, et la banque d'affaires qui est spécifique aux grandes entreprises.

Cet établissement ne sert pas uniquement de dépôt d'argent à leurs clients, il a également pour mission de gérer leurs capitaux en leur accordant des prêts en cas de besoin.

I.3.6. La banque d'affaires

Banque dont l'activité principale est, outre l'octroi de crédits, la prise et la gestion de participations dans des entreprises existantes ou en formations.

Elle accomplit deux activités complémentaire, d'une part, elle effectue des opérations de financement et de prestation de service, pour les compte des grandes entreprises, et d'autre part, elle effectue des opérations de gestion pour son propre compte d'un portefeuille de participation.

I.3.7. Banque d'investissement

Elle se caractérise par le profil de ses clients. Ces derniers sont principalement formés d'entreprise et d'investisseurs. Dans ce sens, elle ne reçoit aucun dépôt de particuliers. Et œuvre dans l'émission d'emprunt obligatoire, la souscription d'action ou encore l'introduction en bourse.

I.4. Fonction des banques

Les fonctions de la banque, dans toutes leurs formes sont relativement les mêmes et se présentent comme suit :⁴⁰

I.4.1. La collecte de ressources

Cette fonction s'opère généralement grâce :

- Aux dépôts dans les comptes des particuliers et des entreprises sans rémunérations ;
- Aux dépôts dans les comptes des particuliers et des entreprises avec rémunérations ;
- Aux dépôts à terme des bons de caisse avec rémunérations ;
- Aux souscriptions des bons de caisse avec rémunérations.

Sachant que la durée de détention des ressources au niveau de la banque varie, soit à vue, soit à terme. La banque les adapte à des emplois correspondants, pour les dépôts à terme, elle doit les restituer à terme (*en échéance*) en plus de leurs rémunérations. Quant aux dépôts à vue, la banque est tenue de les restituer après avoir assuré la garde des présentations du déposant.

I.4.2. La distribution des crédits

La loi N° 86/12 du 19/08/1986, définit le crédit comme « *tout acte par lequel un établissement habilité à ces effets, met ou promet de mettre temporairement et à titre onéreux des fonds à la disposition d'une personne morale ou physique* ».

- L'opération des crédits par signature se reconnaît à la réunion de trois éléments ;
- Une avance en monnaie ;
- Une rémunération du créancier ;
- La restitution du fond prêté ;
- Et le crédit prend trois formes ;
- Crédit d'exploitation ;
- Crédit d'investissement ;
- Crédit par signature.

I.4.3. Les opérations financières

La banque intervient souvent pour conclure des opérations financières, soit pour le compte de ses clients moyennant une rémunération qui est matérialisée par des commissions sur l'opération elle-même, soit pour son propre compte.

En général il est recensé les opérations financières suivantes :

- L'émission d'obligations et leurs négociations ;

⁴⁰ADGHARA, « *étude analytique d'un financement bancaire cas de la CNEP* », mémoire fin d'étude, licence en science économique, UMMTO, 2009, p 07.

- L'émission d'actions et leurs négociations ;
- Les opérations de changes entre les différentes devises ;
- Les opérations de placements ainsi que la gestion et le suivi d'un portefeuille de la valeur pour le compte de sa clientèle et /ou pour son propre compte.

Elle fournit des espèces, billets de la banque centrale, pièces de monnaie, des travels chèques ; des devises étrangères, les opérations de bourse.⁴¹

I.4.4. Les opérations de trésorerie

L'activité de la banque est basée sur la monnaie dont les mouvements sont de différents sens. C'est pour ces raisons que la notion de trésorerie est fondamentale dans son activité et sa gestion. Ainsi elle se trouve sollicitée par ses clients pour le recouvrement de valeur au niveau national et international.

Afin de prendre les opérations de trésorerie au sens large, il faut inclure les opérations effectuées par la banque au niveau des marchés monétaires en tant qu'offreurs ou demandeurs de fonds.

II. L'activité d'assurance

Le but de cette section est de fournir une introduction générale de l'assurance, second acteur important dans la bancassurance, et de définir ainsi son intérêt. Pour ce faire, nous avons jugé utile de partager la section de la manière suivante : Nous commençons par donner des repères historiques ayant marqué la naissance et l'évolution de l'assurance.

Ensuite, le travail sera focalisé sur la définition du concept et la présentation de quelques principes en matière d'assurance pour aborder enfin le rôle des assurances les plus connus

II.1. Repères historiques

L'historique de l'assurance se résume comme suit :

II.1.2. L'assurance maritime dans l'Antiquité

Dès l'Antiquité, les peuples qui pratiquaient le commerce maritime ont cherché les moyens de se procurer la sécurité indispensable à leurs entreprises. Ce sont les périls de la mer qui ont révélé aux hommes la nécessité d'une assistance mutuelle, fondement du principe de l'assurance parce que toutes les opérations commerciales d'envergure étaient réalisées par la mer.⁴²

⁴¹MOSCHETTO Bruno, ROUSSILLON Jean, « *la banque et ses fonctions* », 5ème édition, PUF, 2003, paris, P 54.

⁴²ELIASHEB constant, COUILBANLT François, LATRASSE Michel, « *Les grands principes de l'assurance* », 3ème édition, l'argus, 1997, p14.

Pratiqué par les Phéniciens, consacré par le droit romain, le « *prêt à la Grosse Aventure* » était connu et pratiqué dans l'Inde antique et à Babylone. Il s'agissait en fait d'une convention aux termes de laquelle, en cas de perte par fortune de mer, l'emprunteur était dispensé du remboursement de la somme prêtée sur le navire ou la cargaison, à charge de verser au prêteur, en sus de la restitution du principal, un intérêt « *extraordinaire* » également appelé profit, si l'expédition arrivait à bonne fin.

II.1.3. Naissance de l'assurance moderne

C'est à partir du XIV^e siècle que l'assurance est véritablement née à l'initiative des négociants florentins, génois et flamands. Alors apparaissent les premiers contrats d'assurance par lesquels un « *assureur* » s'engage envers un « *assuré* », moyennant le paiement d'une prime ou cotisation, à l'indemniser du préjudice que subissent ses biens par suite de la réalisation d'un risque de mer.⁴³

La plus ancienne police d'assurance maritime connue porte la date du 22 avril 1329. Elle est conservée aux archives diplomatiques de Florence. Quant aux assurances terrestres, à la suite du grand incendie qui a ravagé plusieurs quartiers de Londres en 1666, fût la création en Angleterre des premières compagnies d'assurance incendie.

II.2. Principes généraux de l'assurance

II.2.1. Définition

D'une manière générale, l'assurance peut être définie comme : « *le mécanisme par lequel un risque identifié de la vie est financièrement couvert par une compagnie d'assurance. La réparation des dégâts causés par le sinistre revient à la société d'assurance et non au responsable direct qui, assurément, risquerait la ruine* ». ⁴⁴

D'une manière plus précise, selon M. Joseph Hémond : « *L'assurance est une opération par laquelle une partie, l'assuré, se fait promettre, moyennant une rémunération (la prime), 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 compense conformément aux lois de la statistique* ». ⁴⁵

Selon la législation algérienne (article 619 du code civil) « *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 du quelle l'assurance est souscrite ; une*

⁴³ELIASHEB constant, COUILBANLT François, LATRASSEMichel. *Op.cit.* p.49.

⁴⁴www.bonne-assurance.com. Consulté le 04/01/2021. à 12h30.

⁴⁵ELIASHEB constant, COUILBANLT François, LATRASSEMichel. *Op.cit.* p.49.

*somme d'argent ; rente ou une autre prestation pécuniaire en cas de réalisation du risque prévu au contrat ».*⁴⁶

II.2.2. Le contrat d'assurance

Les types de contrats d'assurances les plus communs sont les contrats d'assurance vie et les contrats d'assurance dommage. On distingue les contrats d'assurance de personnes et ceux d'assurance de biens. Le contrat d'assurance est la base de la relation entre une société d'assurance, une mutuelle ou une institution de prévoyance, et un assuré. Il représente une obligation juridique :

- Pour l'assureur de garantir les conséquences d'un événement aléatoire, ou sinistre ;
- Pour l'assuré de verser une prime en échange de cette garantie.⁴⁷

Le code des assurances algérien stipule que le contrat d'assurance doit mentionner obligatoirement les éléments suivant :

- Les noms et domiciles des parties contractantes ;
- La chose ou la personne assurée ;
- La nature des risques garantis ;
- La date de la souscription ;
- La date d'effet et la durée du contrat ;
- Le montant de la garantie ;
- Le montant de la prime ou cotisation d'assurance.⁴⁸

Lors de la réalisation d'un des événements listés au contrat, l'assureur assiste l'assuré. Cette assistance est le plus souvent financière et prend alors la forme d'une indemnisation. Mais elle peut prendre d'autres formes, par exemple une assistance juridique ou un rapatriement pour une personne malade à l'étranger. L'assuré et l'assureur peuvent dénoncer le contrat à chaque échéance.

II.2.3. L'assurabilité des risques

Il faut rappeler que le savoir-faire fondamental de l'assureur réside dans la transformation d'un ensemble de risques individuels et aléatoires de pertes en un savoir approximativement certain de perte mutuelle à attendre, permettant de proportionner la prime perçue à la valeur moyenne estimée du sinistre. La notion d'assurabilité n'est pas univoque et il est particulièrement difficile d'en définir précisément les contours.

⁴⁶ HASSID Ali, « introduction à l'étude des assurances économique », ENAL, Alger, Algérie, 1989.p85.

⁴⁷ www.index-assurance.fr. Consulté le 08/01/2021.à16h30.

⁴⁸ Voir l'article 7 de l'ordonnance n°95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances.

Le marché de l'assurance repousse régulièrement ses limites en étendant les couvertures à des risques émergents ou complexes. Il faut rappeler enfin que l'opération d'assurance a ceci de particulier que les primes sont perçues avant que les charges ne soient payées. L'intervalle entre les deux pouvant durer un grand nombre d'années. Pendant ce temps, l'assureur investit l'argent, moyennant certaines règles de prudence, afin d'être en mesure de dédommager les assurés le moment venu.⁴⁹

II.3. Le rôle des assurances

L'assurance ne se limite pas à intervenir lors de la survenance des événements malheureux auxquels sont exposés les individus, mais elle présente d'autres utilités sur le plan social, économique et financier.

II.3.1. Rôle social

Le rôle social de l'assurance est, avant tout, d'offrir la sécurité aux individus.

De ce fait, l'objet fondamental de l'assurance est d'indemniser les victimes du sort :

- Elle donne les moyens de reconstruction du chantier en cas d'incendie ;
- L'assureur verse des sommes à l'assuré en cas d'incapacité de travail.⁵⁰

De là, l'assurance se voit comme un acte de haute prévention sociale parce qu'elle répond aux besoins des individus cherchant à se prémunir contre les risques de la vie qui peuvent toucher à leur personne ou à leurs biens.

L'exemple des assurances sociales en a (*CNR, CASNOS...etc.*).⁵¹

II.3.2. Rôle économique

L'assurance a des conséquences favorables sur l'économie :

- Elle indemnise les victimes d'accidents et de maladies. Elle libère ainsi, la collectivité de la charge de ces dommages et permet de préserver le pouvoir d'achat et de consommation des particuliers ;
- Elle permet aux entreprises de continuer à fonctionner après le sinistre. Par conséquent, elle consolide l'emploi, la production et préserve le tissu économique ;

Elle constitue un moteur essentiel de développement économique en :

- Garantissant les investisseurs dans leurs décisions de prise de risques (*par exemple : construction de gratte-ciel, de plates-formes pétrolières et le lancement de satellites commerciaux, ...*) ;

⁴⁹ BELKADI Saliha, *Op.cit.* p .16.

⁵⁰ *Idem*, p. 18.

⁵¹ BENANTEUR, Sadia ; BEY, Assia : « *L'impact des assurances sur la sécurité financière des entreprises* », mémoire de master en sciences commerciales, université Mouloud MAMMARI, Tizi-Ouzou, p.15.

- Plaçant les trésoreries des assureurs sur les marchés immobiliers, financiers et monétaires.⁵²

II.3.3. Le rôle financier de l'assurance

Le secteur des assurances est l'un des secteurs les plus importants dans l'économie d'un pays, il contribue non seulement à la protection du patrimoine, mais aussi de par son principe d'inversion du cycle de production, l'activité d'assurance permet de générer des masses financières importantes que les compagnies d'assurance injectent dans la sphère économique⁵³. Ainsi, l'assurance joue un rôle d'intermédiaire financier et contribue en effet, à l'investissement national.

II.3.4. Rôle de prévention

Par les conseils de ses ingénieurs et ses experts, l'assurance contribue à :

- La prévention des accidents en conseillant les assurés sur les risques qu'ils encourent et les moyens de prévention ;
- La diminution du nombre de victimes par l'application des recommandations des assureurs.⁵⁴

II.4. Les acteurs du marché des assurances

Les acteurs du marché des assurances se présentent comme suit :

II.4.1. Les compagnies d'assurance

Les compagnies d'assurance sont des sociétés qui se livrent à la souscription et à l'exécution de contrats d'assurance tels que définis par la législation en vigueur. Les sociétés d'assurance agréées peuvent pratiquer les opérations d'assurance directement et ou par le biais d'intermédiaires agréés.⁵⁵

Toutefois, les mutuelles d'assurances, sous forme d'associations, peuvent aussi pratiquer le métier d'assurance. Les cotisations sont toujours variables. Elles ne peuvent donc jamais pratiquer d'opérations impliquant une gestion en capitalisation. Elles ne travaillent jamais avec des intermédiaires.

II.4.2. Les intermédiaires d'assurances

Les contrats d'assurance peuvent être commercialisés par toute personne morale ou physique que l'on nomme « *intermédiaire d'assurance* » ayant la qualité de travailleur indépendant au sens de la législation sociale, autre qu'une entreprise d'assurance ou de réassurance qui, contre rémunération, accède à l'activité de distribution d'assurance.

⁵² BELKADI Saliha, *Op.cit.* p.18.

⁵³ Lambert DENIS-CLAIR « *économie des assurances* », édition Armand Colin /Masson, paris, 1996, p, 111.

⁵⁴ BELKADI Saliha, *Op.cit.* P .19.

⁵⁵ Voir l'article. 203 de l'ordonnance N° 95-07 relative aux assurances du 25 janvier 1995.

II.4.2.1. Les agents généraux d’assurances

Est comme agent général d’assurance toute personne physique qui représente une ou plusieurs sociétés d’assurance, en vertu d’un contrat de nomination portant son agrément en cette qualité.

L’agent général en sa qualité de mandataire, met :

- D’une part, à la disposition du public sa compétence technique, en vue de la recherche et de la souscription du contrat d’assurance pour le compte de son mandant ;
- D’autre part, à la disposition de la ou des sociétés qu’il représente, ses services personnels et ceux de l’agence générale, pour les contrats dont la gestion lui est confiée.⁵⁶

II.4.2.2. Les courtiers

Un courtier d’assurance intervient en tant qu’intermédiaire entre l’assuré et le(ou les) assureur(s) dans la souscription d’un contrat, comme représentant de l’assuré.

- Il négocie ses contrats, ses primes, ses franchises..., avec les assureurs ;
- Il fournit à l’assuré les contrats les plus adaptés à ses besoins ;
- Il gère les polices d’assurance ;
- Il gère les sinistres, en liaison avec l’assuré ;
- Il conseille l’assuré pour la gestion de ses risques incluant des visites de prévention sur les sites par des ingénieurs préventionnistes, l’évaluation du risque.⁵⁷

Il y a parfois confusion entre courtier et agent général. Voici les principales différences entre ces deux catégories d’intermédiaires.

Tableau N°3 : Les différences entre le courtier et l’agent général d’assurance

Courtier	Agent général d’assurance
Mandataire de l’assuré	Mandataire de l’assureur
Personne physique ou morale	Personne physique
Commerçant	Profession libérale
Commission de courtage	Commission d’agent général
Indépendance vis-à-vis de l’assureur (<i>libre choix</i>)	Dépendance vis-à-vis de l’assureur (<i>avec quelques exceptions</i>).
Portefeuille en propriété	Portefeuille propriété de la compagnie

Source : BELKADI Saliha, « la bancassurance et ses perspectives de son développement en Algérie » mémoire de magister, P1.

⁵⁶www.cna.dz. Consulté le 19/01/2021. A 12h30.

⁵⁷POZZANA. Tony « Gestion du risque & Assurance d’entreprise ». Numéro 2015-01 de la collection Regard sur la sécurité industrielle, Fondation pour une culture de sécurité industrielle, Toulouse, France. 2015.

II.4.2.3. Les experts

Suivant leurs compétences, les experts d'assurance :

- Procèdent à l'estimation des biens à garantir ;
- Procèdent à l'estimation après un sinistre : l'expert mandaté par l'assureur vient alors évaluer le montant des dommages, permettant ainsi de donner à l'assureur une estimation sur l'indemnité à verser à l'assuré. Suivant les conditions du contrat d'assurance, l'assuré n'est cependant pas tenu aux seules conclusions de cette expertise (*expertise amiable*) et peut demander l'intervention d'un expert d'assuré (*expertise contradictoire*). Ces mêmes conditions peuvent prévoir que l'intervention d'un expert unique (*cas des «lossadjusters»*).⁵⁸

II.4.2.4. Les actuaires

« *L'actuaire est un spécialiste de la gestion des risques auxquels sont soumis la plupart des agents économiques* ». ⁵⁹

Un actuaire est un professionnel spécialiste de l'application du calcul des probabilités et de la statistique aux questions d'assurances, de prévention, de finance et de prévoyance sociale. À ce titre, il analyse l'impact financier du risque et estime les flux futurs qui y sont associés. L'actuaire utilise des techniques issues principalement de la théorie des probabilités et de la statistique, pour décrire et modéliser de façon prédictive certains événements futurs tels que, par exemple, la durée de la vie humaine, la fréquence des sinistres ou l'ampleur des pertes pécuniaires associées.⁶⁰

⁵⁸ POZZANA.Tony. *Op.cit.* P, 08.

⁵⁹ www.cna.dz. Consulté le 19/01/2021.à 16h40.

⁶⁰ <https://fr.m.wikipedia.org/wiki/actuaire>. Consulté le 19/01/2021.à 18h30.

II.4.2.5. Les produits d'assurance

On distingue généralement deux branches principales : la branche vie et la branche non vie.

Tableau N°04 : Les produits d'assurance

Assurance non vie	Assurance vie et capitalisation
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Automobile ▪ Transport ▪ Incendie ▪ Assurances des catastrophes naturelles ▪ Responsabilité civile générale ▪ Vol ▪ Grêle ▪ Crédit ▪ Assistance 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Assurance individuelles ▪ Assurances de groupe ▪ Capitalisation ▪ Autres opérations

Source : Réalisé par nos soins à partir des données collectées

III. Le rapprochement entre les deux activités

III.1. La relation entre les deux métiers

La notion de rapprochement peut être définie comme la création d'un lien financier, humain, matériel ou autre, entre deux ou plusieurs entités indépendantes. Comme toute forme de partenariat, les rapprochements interentreprises sont souvent complexes.

En fait, la banque et l'assurance appartiennent au même domaine d'activité, elles fournissent aux particuliers des moyens d'épargner en prévision de l'avenir et aux entreprises, des moyens pour financer leur croissance.

Elles gèrent également les risques de ces deux catégories de clients.

III.1.1. Des intermédiaires financiers dans l'économie

Les intermédiaires financiers aident à orienter les capitaux dans l'économie en jouant l'un des deux rôles suivants (*et parfois les deux*) : celui de transformateur d'actifs et de courtier. Un transformateur d'actifs rassemble des actifs et les transforme en émettant des créances financières qui répondent mieux aux besoins des investisseurs en matière de liquidité, de contrôle et de risque de prix. Les intermédiaires financiers intervenant en qualité de courtier proposent des services d'information et des transactions aux investisseurs.⁶¹

⁶¹Voir Les cahiers Sigma, n°07/2001, Les centres financiers mondiaux : nouveaux horizons pour les compagnies d'assurance et les banques, Edition SwissRe, P 26.

Tableau N°05 : Comparaison des avantages entre banques et assurances

Banques	Assurances
<p>Liquidité : les banques fournissent des liquidités à brève échéance grâce aux dépôts des épargnants.</p> <p>Sécurité par rapport au risque de prix : les dépôts en banque, à la différence des actions et de l'obligation offrent un rendement minimum garantie.</p> <p>Surveillance d'emprunts : les banques possèdent un savoir-faire dans le contrôle des demandeurs, la surveillance des emprunteurs et le recouvrement.</p> <p>Paiement : le savoir-faire mis en œuvre par les banques pour les prêts « <i>prévention de la fraude, analyse de crédit ...etc.</i> » leur permet d'exceller en matière de paiement.</p>	<p>Protection des risques : c'est la principale proposition de valeur des assureurs grâce à leur pouvoir de diversification et du principal de mutualisation.</p> <p>Depuis que les assureurs ont repoussé les frontières de l'assurable, la portée de gestion des risques à augmenter et englobe désormais des nouveaux services et produits.</p> <p>Les compagnies d'assurance offre une proportion de valeurs solide de la gestion d'actif.</p> <p>Un assureur s'apparente à un fond de placement utilisant des fonds de tiers. Les fonds étant levés par la vente de police d'assurance et non bien des marchés de capitaux.</p>

Source : sigma n°07/2001

III.1.2. La place de l'épargne dans les produits d'assurance et de banque

Les métiers de banque et d'assurance possèdent des éléments communs parmi lesquels on peut citer la relation de proximité, les similitudes dans la nature de la clientèle, la technicité des produits et la maîtrise des techniques financières. Pour bien comprendre la convergence entre les deux entreprises, il convient d'analyser la substituabilité des produits proposés par chacun des deux secteurs et de comparer les produits d'assurance qui se rapprochent des produits d'épargne bancaire.⁶²

Aujourd'hui, les assureurs ont compris qu'il fallait moderniser leur gamme, et ont ainsi conquis une part beaucoup plus importante du marché de l'épargne en proposant des produits modernes qui pallient les inconvénients pesant sur les formules classique d'assurance vie. Ces produits sont plus proches de l'épargne bancaire. Les produits d'assurance vie peuvent se substituer désormais aux produits d'épargne bancaire. C'est l'une des motivations des banques à se lancer dans la commercialisation des produits d'assurance.

⁶² DANIEL Jean-Pierre, « *Les enjeux de la bancassurance* », Editions De Verneuil, Paris, 1995, p.128.

Tableau N°06 : Les termes sensiblement équivalents utilisés par les banquiers et les assureurs.

Banque	Assurance
Épargne	Prime
Retrait	Avance Rachat partiel
Intérêt compte d'épargne	Bénéfices financiers Bénéfices techniques
Clôture de compte	Rachat total du contrat
Frais de tenue de compte	Chargement de gestion.

Source : BELKADI Saliha, « la bancassurance et ses perspectives de son développement en Algérie » mémoire de magister, P, 25.

III.2. Les motivations de rapprochement

Durant les dernières décennies la rapidité de l'innovation financière et les réformes réglementaires ont entraîné des changements majeurs dans le paysage financier mondial. De nouveaux produits financiers et de nouveaux concurrents en rejoignent les rangs des acteurs établis.⁶³

III.2.1. La désintermédiation financière

Grace à l'innovation financière, à la baisse des coûts de la titrisation*, et à la présence d'acteurs de plus en plus avertis sur le marché, les émissions de titres sont devenues la source principale de financement des grandes entreprises, détrônant ainsi les prêts bancaires. L'augmentation de la demande de titres par les fonds de pension et les fonds de placement a, en outre, favorisé les émissions de titres. Du côté de l'offre, les progrès technologiques ont fait baisser les coûts, comprimant les marges des taux d'intérêt. Ce phénomène a encouragé de nombreuses banques de renom à se détourner des prêts au profit des revenus tirés des commissions.

III.2.2. La déréglementation

A partir des années 80 la déréglementation a remis en cause ces monopoles et favorisé la concurrence. Les changements réglementaires influent sur l'évolution de marchés financiers et subissent également sont influence. De nombreux pays en entrepris des réformes réglementaires en vue faciliter le développement des secteurs des services financier.

⁶³ Voir Les cahiers Sigma, n°07/2001, Les centres financiers mondiaux : nouveaux horizons pour les compagnies d'assurance et les banques, Edition SwissRe, P.33.

* Une technique d'ingénierie financière consiste à transformer certaines créances bancaires non liquides, en titres liquides et négociable.

III.2.3. La mondialisation

La déréglementation a joué un rôle central dans la mondialisation des services financiers et la convergence des prestations de services financiers dans certains secteurs. Le fonds monétaire international définit la mondialisation de la finance et des risques financiers à l'aide de quatre critères :

- Finance de précision grâce à la technologie : la capacité de dégroupier, grouper, tarifier et redistribuer des risques financiers ;
- Intégration des marchés financiers et des acteurs dans un seul marché mondial ;
- Dissipation des frontières entre les institutions financières ;
- Formation de conglomérats financiers mondiaux qui fournissent des services intersectoriels.⁶⁴

Les progrès technologiques et la détente au niveau de la surveillance des capitaux ont permis aux entreprises d'investir et de lever des fonds à l'étranger plus facilement. Les flux d'investissements directs étrangers mondiaux ont augmenté à un rythme progressif. Les institutions financières ont franchi les frontières régionales et sectorielles pour satisfaire les besoins de leur clientèle internationale et pénétrer de nouveaux marchés.⁶⁵

III.2.4. Les avancées technologiques

Les avancées technologiques donnent, en outre, naissance à de nouveaux instruments financiers qui permettent aux entreprises et aux institutions financières de revoir les positions de leurs bilans. La technologie permet également de minimiser l'impotence des frontières nationales. Des institutions financières virtuelles (*comme des banques ou des assurances*) existent d'ores et déjà pourraient occuper une place de choix.

III.2.5. Le développement de l'épargne assurance

Parallèlement à l'essor économique qui a débuté vers le milieu des années 80 et à la croissance du bien-être privé, l'attrait de l'épargne assurance s'est amplifié et l'épargne orientée vers le rendement a plutôt pris le pas sur l'épargne axée sur la liquidité. Des produits d'assurance-vie nouveaux et rentables, le développement démographique et les engagements publics dans le domaine de prévoyance pour la vieillesse ont aussi favorisé l'augmentation du volume des primes.

Bien que de nombreux types de banques et d'assurances différents soient en concurrence sur le marché de la gestion des actifs et des risques, chacun d'entre eux présente

⁶⁴AMMMI MR Mohamed, HADDOUCHE Said, la bancassurance : « *une nouvelle dynamique en marche pour la BADR* » Mémoire online. Consulté le 22/02/2021. A 22h.

⁶⁵Voir Les cahiers Sigma, n°07/2001, Les centres financiers mondiaux : nouveaux horizons pour les compagnies d'assurance et les banques, Edition SwissRe, P36.

certaines atouts fondamentaux. Ainsi, les banques se concentrent sur la collecte d'actifs, les prêts et les services de paiement. L'assurance souscrivent, gèrent et financent les risques.

Section 04 : Les produits distribués par les bancassurances

L'offre des bancassureur en matière de produits d'assurance était fortement corrélée avec l'évolution historique de la bancassurance et les stratégies y afférentes. Chaque phase dans l'histoire de la bancassurance est caractérisée par certains produits spécifiques. Mais il est tout à fait clair que les produits issus de chaque phase restent présents sur le marché avec l'élargissement continu de la gamme de produits. Les bancassureurs offrent aujourd'hui des produits de tous genres, allant des produits les plus basiques jusqu'aux produits les plus sophistiqués et aux produits d'assurance de dommages.⁶⁶

Le choix des produits abstraction faite des attentes de la clientèle, est intimement liée à la qualité du réseau de distribution dont le niveau de connaissances exigé devient de plus en plus élevé avec la hausse de la sophistication des produits. C'est ainsi que les bancassureurs ont commencé à distribuer des produits très simples pour faire habituer le personnel à ce nouveau métier qui est l'assurance. Sans cette recherche de simplification, les réseaux auraient, sans aucun doute, une grande réticence à proposer indifféremment des produits bancaires et/ou d'assurance à leur clientèle.⁶⁷

Nous proposons de classer ces produits, d'une part, selon l'ordre chronologique de leur bancarisation qui est un élément essentiel pour la compréhension des étapes de développement de la bancassurance et, d'autre part, selon leur nature. Ainsi, nous pouvons distinguer cinq grandes catégories de produits :

- Les produits constituant le prolongement naturel des opérations bancaires ;
- Les produits d'épargne à forte dominante financière ;
- Les produits de prévoyance ;
- Les produits d'assurance de dommages ;
- Les produits packagés.

I. Les produits constituant le prolongement des opérations bancaires

Il s'agit d'une large gamme de produits, dont plusieurs sont des produits d'assurance, ces produits peuvent être classés en trois sous-groupes :

- Les produits d'assurance liés aux crédits ;
- Les produits d'assurance liés aux dépôts ;

⁶⁶ BENNADJI Tahar, *Op.cit.*p12.

⁶⁷*Idem*, p.p.12-13.

- Les produits d'assurance liés aux instruments de paiement.

I.1. Les produits d'assurance liés aux crédits

L'assurance-crédit est fréquemment préconisée par les banquiers, en vue de garantir le remboursement des crédits qu'ils distribuent.⁶⁸

La banque en octroyant des crédits à des particuliers, exige d'assurer ce crédit, en cas de décès de l'emprunteur, d'invalidité, l'incapacité, ou bien perte d'emploi. L'assurance-crédit prend en charge le remboursement, cependant il est préférable pour une banque d'assurer ses clients pour affirmer un bon résultat de crédit.

L'assurance-crédit et l'un des premiers produits d'assurance les plus proches de l'activité bancaire, d'autres produits répondent aux mêmes soucis ont été créés tel que le temporaire décès qui est un contrat d'assurance qui garantit le paiement de l'emprunteur en cas de décès et /ou d'invalidité absolue et définitive.

I.1.1. Le temporaire décès

Le temporaire décès est un contrat d'assurance qui garantit, en cas de décès de l'assuré, le solde restant dû de l'emprunt contracté par ce dernier. Dans ce cas l'assureur, qui peut être une filiale de la banque ou autre, s'engage à devenir le débiteur principal de la banque et à payer à la place du souscripteur du contrat d'assurance le montant du crédit qui reste à payer en cas de décès de ce dernier.

Aujourd'hui, ces produits ont beaucoup évolué et offrent plus de garanties. Désormais, la temporaire décès couvre aussi bien contre le décès que contre l'invalidité totale et s'étend même au cas de chômage et d'incapacité temporaire de travail de l'assuré.

Certains bancassureurs l'offrent gratuitement, à l'occasion de souscription d'un prêt, et paient ainsi la prime d'assurance à la place de l'emprunteur⁶⁹. Cette pratique entre dans le cadre des outils de marketing dans le but d'attirer et d'intéresser une nouvelle clientèle.

I.1.2. La garantie liée à un découvert

Les banques offrent des facilités et des découverts bancaires à des particuliers, et généralement à des salariés dont le montant peut atteindre deux ou trois fois le montant du salaire mensuel. Ce crédit n'a pas de date de remboursement fixe, il est amortissable par les sommes qui passent régulièrement au crédit du compte.

Pour garantir, en cas de décès, le solde débiteur d'un client ayant un découvert, les bancassureurs ont institué le contrat de garantie de découvert. Généralement, la garantie

⁶⁸Voir la revue de l'assurance N°24 / Janvier à Mars 2019 Revue éditée par le conseil national des assurances ,p 06.

⁶⁹CHEVALIER, Majorie. *Op.cit.* P. 22.

couvre le montant maximum du découvert autorisé. En cas de décès de l'assuré, le solde débiteur sera remboursé par l'assureur à la banque et la différence entre le plafond du découvert et le solde débiteur sera payé aux héritiers du défunt. Ceci est logique, dès lors que le contrat garantit le montant plafond du découvert.⁷⁰

La prime est payable annuellement et son montant est ajusté à chaque échéance en tenant compte de l'âge du client. Nombreuses sont les banques qui offrent cette garantie gratuitement à la clientèle afin de la fidéliser.

I.2. Les produits d'assurance liés aux dépôts

Ces contrats garantissent généralement le paiement d'une somme, qui est en corrélation directe avec le solde moyen du compte auquel le contrat est rattaché, aux héritiers de l'assuré en cas de son décès et/ou d'invalidité absolue.

Dès les années 1970, les banques ont commencé à commercialiser des produits d'assurance liés directement aux dépôts et aux comptes courant de la clientèle.

I.3. Les produits d'assurance liés aux instruments de paiements

Ce type de produits s'est développé à partir des années 1980 avec l'apparition des cartes de paiement et celle de crédits. Les banques ont beaucoup innové afin d'attirer la clientèle vers ces nouveaux instruments de paiement qui rapportent beaucoup de ressources en commissions.

Ces contrats garantissaient le client contre le risque de vol et toute soustraction ou utilisation frauduleuse de la carte de paiement. Certaines banques ont élargi leur garantie et garantissaient leurs clients contre les vols lors de l'utilisation des distributeurs automatique, allant encore plus loin, offraient avec les cartes de paiement internationales des garanties assistance à l'étranger en cas de maladie à l'occasion d'un voyage à l'étranger.

II. Les produits d'épargne à forte dominante financière

Ces produits ont marqué la fin de la période d'apprentissage et annoncèrent l'entrée dans une nouvelle ère de bancassurance. Le commencement s'est fait avec des produits d'assurance vie très simples, puis avec le temps et afin de répondre aux besoins complexes de la clientèle, les banques intégraient dans leur gamme des produits de plus en plus complexes.⁷¹

II.1. Les produits complexes

La spécification et la diversification des besoins de la clientèle ont amené les banques à développer des produits plus complexes qui nécessitent des techniques plus sophistiquées, à

⁷⁰Voir le document interne, CNEP-Banque.

⁷¹BENNADJI Tahar, *Op.cit.*,p 15.

l'image des banques françaises qui ont distribué des contrats de capitaux différés qui garantissaient que l'épargne constituée suivra l'évolution du CAC 40* tout en garantissant le capital initial quelle que soit l'évolution de cet indice. Ce type de contrat, est réservé à une clientèle haute gamme avec des tickets d'entrée d'une somme bien déterminée⁷².

II.2. Les produits simples

Il s'agit des capitaux différés avec une contre assurance*, placés dans le cadre d'un contrat d'assurance vie. Le mécanisme est simple, le client verse un capital initial et le banquier lui garantit le capital et les intérêts capitalisés au terme du contrat. Si par malheur le client décède avant l'échéance, ses héritiers désignés recevront le montant initial augmenté d'une part des intérêts.

Sans la contre assurance le produit n'est plus vendable. En effet, nul n'acceptera de placer ses capitaux pour qu'il soit, en cas de son décès, acquis à l'assureur qui va les répartir, selon la logique de la mutualisation, sur les souscripteurs vivant.

Actuellement, les contrats d'assurance vie proposés couvrent plusieurs besoins (*préparation à la retraite, épargne de long terme, succession, création d'un capital pour les enfants...*) et offrent la possibilité d'avoir différents modes de versement fixe ou variable.

III. Les produits de prévoyance

Ce sont des produits d'assurance qui garantissent le paiement d'un certain capital aux bénéficiaires désignés du défunt en cas de décès. Ces produits dont le volet épargne est quasiment inexistant posaient certains problèmes au moment de leur vente dans la mesure où le banquier va évoquer à son client un événement peu désirable qui est la mort.

Le banquier a choisi une communication très objective, en dédramatisant le décès et en ne traitant que les conséquences économiques et pécuniaires du décès d'un membre de la famille, notamment en termes de perte de revenu, qui ne peut laisser le bon père de famille indifférent. La particularité de ces produits par rapport à ceux des assureurs traditionnels réside dans la simplicité des questionnaires médicaux et la suppression des formalités médicales, pratiques largement répandues chez les assureurs traditionnels.

* **CAC 40** : est le principal indice boursier de la bourse de Paris.

⁷²REBOT Patrick.InBENNADJITahar. *Op.cit.* P17.

* **Contre assurance** : Assurance par laquelle la compagnie d'assurance s'engage à verser un capital ou une rente à un assuré s'il est encore vivant au terme du contrat.

L'expérience a démontré que les banquiers sont plus aptes que les assureurs traditionnels à vendre des produits d'assurance qui touche la vie humaine et aux assurances de personnes en général.⁷³

III. Les produits d'assurance de dommages

Dès les années 1990, le marché de l'assurance de dommages à commencer à être envahi par les bancassureurs malgré sa rentabilité hypothétique et malgré les risques sur les relations commerciales avec les clients, il est tout à fait logique d'assurer les immeubles et les meubles chez le banquier qui les a financés. Selon YAO AYA⁷⁴, l'assurance de dommage est un produit qui a un fort potentiel de croissance qui ne demande qu'à être exploité.

Désormais, dans plusieurs pays, les contrats d'assurance habitation et automobile sont distribués au niveau des guichets bancaires.

III. Les produits packagés

Ce sont des produits combinant diverses prestations bancaires et assurantielles groupées en un seul produit. Le produit packagé coûtera moins cher au client que s'il procure chaque produit du package individuellement. Les exemples de packages ne manquent pas. Nous pouvons citer :

- **Package logement** : alliant un crédit pour des travaux et assurance habitation ;
- **Package pour étudiants** : alliant un crédit étudiant, une assurance habitation, la mise à disposition des moyens de paiements et une complémentaire santé ;⁷⁵
- **Le package automobile** : alliant un crédit pour l'achat d'une voiture et une assurance automobile.

L'offre des bancassureurs en matière des produits d'assurance était fortement corrélée avec l'évolution historique de la bancassurance et les stratégies y afférentes. En effet, la bancassurance n'est pas limitée à une catégorie de produits, selon YAOAYA⁷⁶, les bancassureurs ont compris que pour continuer à être performants, ils doivent faire preuve d'une forte capacité d'innovation pour offrir un produit de sur mesure pour leur clientèle. Il apparaît clairement que les bancassureurs ont largement contribué à l'amélioration de l'offre en produits d'assurance, la qualité de la prestation et surtout du service après-vente.

⁷³ BENTOUNES Fatima Amel, BEN TAYEB Safia, « *la bancassurance en ALGERIE* » mémoire de fin d'étude de la CNEP-banque, 2015, p.p 21-22.

⁷⁴ C. YAO AYA, « *les nouveaux relais de croissance de la bancassurance* », Thèse de MBA, Ecole Nationale d'Assurance ENASS France, 2011. P43.

⁷⁵ S. DE COUSSERGUES et G. BOURDEAUX, « *Gestion de la banque* », Dunod, 2010.

⁷⁶ C. YAO AYA, « *les nouveaux relais de croissance de la bancassurance* », *Op.cit.* P43.

Conclusion

Après un tour d'horizon de la bancassurance dans le monde, les pays n'en sont pas au même stade de maturité et exigent, de ce fait, une réflexion différente et unique. Cependant, le concept de bancassurance reste une notion qui trouble par la multiplicité de ses interprétations et par l'essor rapide de son contour qui est appelé à changer de configuration avec les mutations rapides et les synergies qui continuent de bouleverser la sphère des services financiers.

Néanmoins, la grande majorité des spécialistes en la matière s'accordent à dire que toute coopération entre des prestataires de services financiers et de conseillers, n'appartenant pas à la même branche, qui s'échangent leur canaux de distribution réciproques, constitue une forme de bancassurance, lui donnant une conception plus large qui dépasse le stade restreint de la coopération entre banquiers et assureurs uniquement.

Toutefois, la mise en œuvre de la bancassurance varie selon les pays. Ces différences s'expliquent en partie par les conditions réglementaires ainsi que par des facteurs culturels et sociodémographiques. Malgré ces disparités la pénétration de la bancassurance a globalement progressé ces dernières années, notamment dans les marchés émergents.

Ceci nous amène, à juste titre d'ailleurs, à songer aux enjeux réels de ces fusions de métiers notamment les enjeux réels de la bancassurance. Ces derniers feront l'objet du deuxième chapitre.

Introduction

La pratique de la bancassurance revêt d'une utilité économique importante que ce soit sur le niveau microéconomique ou macroéconomique.

En effet, chaque acteur (*banque, compagnie d'assurance, consommateur, et l'Etat*) doit trouver son profit et opportunité de succès avec le modèle de bancassurance. A cet effet, nous tenterons de présenter dans le présent chapitre les divers enjeux de la bancassurance.

Section 01 : Les enjeux de la bancassurance pour les banques

Cette section sera consacrée, d'une part, à l'analyse des divers apports de la bancassurance pour les banques qui ont adhéré à ce nouveau phénomène et, d'autre part, à ses limites et effets pervers.

I. Les apports de la bancassurance pour les banques

Les apports de la banque se présentent comme suit :

I.1. La rentabilité

La banque voit dans la bancassurance un moyen de créer un nouveau flux de revenu et de diversifier son activité, et ainsi améliorer et augmenter sa rentabilité.¹

D'une part, la banque reçoit de son partenaire l'assureur à titre de rémunération pour son rôle de distributeur, des commissions qui peuvent être un pourcentage de la prime qu'il a touché ou une part des résultats techniques réalisés, qui contribuent à améliorer le résultat de la banque.

D'une autre part, la diversification de la banque vers l'assurance lui permet de rentabiliser l'utilisation de ses ressources humaines, et d'occuper son personnel et ainsi augmenter leur productivité, évoluer leur carrière et sortir de la routine quotidienne.²

I.2. L'effet de taille de la gamme

La bancassurance peut donner naissance à un groupe ou un conglomérat financier avec une taille considérable et une offre d'une gamme de produits diversifiée qui lui confère un pouvoir de négociation sur le marché.³

Le fait de fournir plusieurs services financiers offre à la banque l'opportunité de réaliser des économies d'échelles et des économies de gamme qui va lui apporter un avantage concurrentiel sur le marché et un moyen d'améliorer sa marge bénéficiaire.⁴

¹ CHEVALIER Marjorie, LAUNAY Carole et BERANGERE Mainguy. *Op.cit.* p 06.

² HADDOUCHE SOUAD. *Op.cit.* p 20.

³ *Ibid* p. 20.

⁴ *Ibid.*

I.3. La fidélisation de la clientèle

La fidélité d'un client est l'avantage primordial recherché par la distribution des produits d'assurance par la banque. Cet attachement augmente avec l'accroissement des contrats souscrits.

La banque devient une sorte de « *supermarché* » un fournisseur unique, le “one-stop-shop” de services financiers, ou le client peut trouver réponse à tous ses besoins, qu'il soit financiers ou d'assurance, Ainsi la banque peut aspirer à une plus grande attractivité du fait de l'élargissement de sa gamme de productivité et peut renforcer la satisfaction et donc la fidélisation de ses clients.⁵

I.4. Le renforcement des fonds propre

La plupart des stratégies de bancassurance passent, si ce n'est pas par une création d'une filiale ou une acquisition d'une compagnie d'assurance existante, par des prises de participations croisées entre une banque et une société d'assurance. Ces investissements en capital produisent des effets de levier très importants qui confèrent aux deux entités une plus grande capacité d'élargir leurs activités.⁶

I.5. Un moyen de diversification

La bancassurance constitue un moyen de diversification qui dote les banques de revenus de moins en moins volatils*. Même si les fondements communs de l'activité bancaire et l'activité d'assurance sont les mêmes, les banquiers et les assureurs ont une appréhension différente du temps et une sensibilité complémentaire au taux d'intérêt, ce qui peut constituer une source de diversification pour les deux métiers.

III. Les limites de la bancassurance pour les banques

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

II.1. La cannibalisation des produits bancaires

Certains produits d'assurance peuvent se développer au détriment des produits bancaires de base. Décidément, il peut y avoir un transfert des fonds déposés chez la banque dans les diverses catégories de comptes vers la compagnie d'assurance partenaire pour l'acquisition surtout des produits d'assurance vie. Ainsi les contrats d'assurance vie peuvent être achetés en utilisant les fonds détenus dans un compte à vue auprès de la banque. Certes, l'épargne serait moins volatile puisque les produits d'assurance vie sont généralement à long

⁵CHEVALIER Marjorie, LAUNAY Carole et BERANGERE Mainguy *Op.cit.* p06.

⁶ BELKADI Saliha. *Op.cit.* p 67.

* Contrairement à ce que certains pensent, la diversification n'améliore pas la rentabilité globale mais procure des revenus plus stables et moins volatils.

terme, mais elle ne figurera plus dans la comptabilité de la banque ; ce qui provoquera, *stricto facto*, la diminution des capitaux gérés par cette dernière.⁷

*«De nombreux dirigeants considèrent que si 70% des sommes investies en assurance vie dans une filiale proviennent d'avoir antérieurs détenus par la banque-mère, 30% proviennent d'autres sources».*⁸

La situation serait plus délicate si une partie des intéressements des responsables et du personnel des agences est liée aux capitaux gérés. En effet, ce transfert leur causera un manque à gagner considérable qu'ils seront tentés de récupérer en délaissant l'activité assurance de la banque. Cette non-adhésion du personnel à la politique commerciale de la banque en matière de bancassurance peut être fatale aussi bien pour la banque que pour la filiale assurance.

La cannibalisation est bien réelle. Mais la bancassurance est tellement entrée dans les mœurs qu'il serait suicidaire pour une banque de délaisser la distribution des produits d'assurance, aux risques de perdre une grande partie de la clientèle qui se retournera vers d'autres bancassureurs pour satisfaire leurs besoins.

II.2. Les risques sur l'image de la banque

Les banques jouissent d'une bonne image de marque auprès de la clientèle, acquise grâce à la relation de proximité entretenue par les charges de clientèle qui fournissent quotidiennement divers services aux clients à leur charge, allant du simple retrait jusqu'aux crédits immobiliers les plus importants, la bancassurance nécessite des efforts de marketing et une force de vente active, la vente de quelque police d'assurance vie ne suffit pas pour faire d'une banque traditionnelle un véritable bancassureur.⁹

Pour obtenir une rentabilité suffisante, l'activité de bancassurance exige des volumes importants. Ce n'est qu'à partir d'un certain nombre de contrats, détenus dans son portefeuille que la banque peut rentabiliser sa nouvelle activité.

II.3. La divergence de cultures commerciale

Les banquiers et les assureurs travaillent différemment et leur approche Client n'est pas toujours identique.

En terme d'approche marketing, les compagnies d'assurance adoptent une approche produit alors que les banques adoptent une approche Client. Ce qui confirme la formule

⁷DE GRUYSE Bernard, « *La bancassurance en mouvement* », LARCIER, Bruxelles, 2005, P 44.

⁸ DANIEL Jean-Pierre. *Op.cit.* p, 133.

⁹ KENNOUCHE Adel « *La bancassurance en Algérie, cas de la CNEP-banque* » mémoire de fin de cycle, université de Bejaia, 2015, p 28.

consacrée, l'assurance vie se vend, alors que les produits bancaires ainsi que ceux de l'IARD s'achètent.

Les banques ont une préférence pour la clientèle de jeunes, pariant ainsi sur sa fidélité. Mais, cette dernière n'est pas attirée par les produits d'assurance vie et souffre surtout d'un taux de sinistralité très élevé en assurance automobile pour constituer une cible des assureurs.

Aussi, la préférence des banques pour la clientèle haute gamme très fortunée n'est pas toujours la bienvenue chez les assureurs car généralement l'importance du patrimoine peut constituer une source d'aggravation du risque pour l'assureur. Assez souvent, les bons clients et le segment de la clientèle privilégié de la banque peuvent être de mauvais assurés, ce qui peut causer des problèmes de sélection de clientèle.

Cette divergence de culture apparaît aussi dans le mode de rémunérations. En effet, les assureurs ont tendance à rémunérer le réseau de distribution par un système de commissionnement et d'intéressement sur les affaires réalisées ce qui stimule le personnel.

A l'opposé, les commerciaux bancaires perçoivent des intéressements modestes par des Primes Objectif. Le changement du système de rémunération de la banque s'avère une tâche difficile, voire risquée car elle fera perdre à la banque son avantage comparatif procuré par ses coûts de distribution réduits.¹⁰

II.4. La formation du personnel

Le niveau de connaissances nécessaire pour le personnel bancaire pour vendre les produits d'assurance devient de plus en plus élevé avec la complexité et la sophistication des produits. Les produits d'assurance vie à dominante financière sont très proches du domaine bancaire et leur appropriation par les banquiers était très rapide.

Mais les autres produits et surtout les contrats IARD nécessitent une très bonne connaissance du métier de l'assurance et une compétence technique de pointe afin de donner des conseils personnalisés sur des produits complexes. Par voie de conséquence, ils nécessitent des investissements importants en formation dont l'amortissement peut s'étaler sur plusieurs années ce qui pourrait alourdir, dans un premier temps, les charges et affecter la rentabilité de la banque.¹¹

Les autorités de contrôle et de surveillance de l'activité assurantielle subordonnent l'autorisation de distribuer des produits d'assurance à l'obtention d'une carte professionnelle attestant du niveau de connaissances de son détenteur en matière d'assurance. Ainsi le personnel est astreint à suivre un stage de formation approprié dont la durée varie d'un pays à

¹⁰BENNADJI Tahar *Op.cit.* p 36.

¹¹*Ibid.* p 35.

un autre (*pas moins de 150 heures en France*), durant laquelle il est formellement interdit au stagiaire de présenter seul ou en son nom propre des contrats d'assurance. Un contrôle de connaissances est prévu à la fin de la période de formation pour obtenir enfin l'habilitation de présenter des produits d'assurance.

De même, des investissements sur le plan logistique sont indispensables. La connexion des deux systèmes d'information est indispensable qui permettra une saisie parallèle des opérations chez les deux partenaires. Cependant, cette opération peut s'avérer très coûteuse si le système d'information de la compagnie d'assurance n'est pas performant.

L'intérêt des banques à bien former leur personnel dépasse le simple respect de la réglementation. En effet, d'une part, la qualité de leurs prestations dépend largement de la qualité de leur réseau de distribution et, d'autre part, un personnel bien formé commet moins d'erreurs qu'un personnel mal formé et peut éviter de tomber dans certains pièges. Les charges et les exigences de formation constituent, incontestablement, l'un des obstacles majeurs au développement de la bancassurance et notamment dans le domaine des produits IARD.¹²

Malgré ces inconvénients les banques n'ont pas hésité à investir le marché de l'assurance, ce qui nous laisse penser que les avantages dépassent de loin lesdits inconvénients.

¹²BENNADJI Tahar. *Op.cit.* p 35.

Section 02 : Les enjeux de la bancassurance pour les compagnies d'assurance

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

I. Les apports de la bancassurance pour les compagnies d'assurances

Les apports de la bancassurance peuvent être résumés en ce qui suit :

I.1. L'accès à une large clientèle

Grace à ce nouveau réseau de distribution, l'assureur élargie de façon significative sa clientèle et atteint des clients jusqu'ici difficiles d'accès. Ceci est bien entendu un avantage primordial qui suffit, à lui seul, convaincre un assureur de développer des accords avec une banque.¹³

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

Le choix des canaux de distribution peut procurer un avantage concurrentiel durable car il constitue le seul élément réel de différenciation des enseignes dans un secteur caractérisé par la banalisation des produits et par une concurrence des prix encore seulement émergente.¹⁴

I.2. Une meilleure appréciation des risques

Les bases de données clientèle des banques permettant aux compagnies d'assurance de mieux connaître les clients et donc une meilleure appréciation des risques assurés.¹⁵

I.3. Le renforcement des fonds propres

Les investissements en capital de la banque dans la compagnie d'assurance filiale ou partenaire, produisent un effet de levier très important qui procure à la compagnie d'assurance une capacité de développement énorme de ses activités.¹⁶

L'assureur bénéficie également de bonne image et de la confiance qu'ont les clients envers leurs banques, autrement dit la confiance qu'ont les clients en leurs banques permet le développement de la distribution des produits d'assurance.

¹³.MARJORIE Chevalier, CAROLE Launay et BERENGÈRE Mainguy. *Op.cit.* p 06.

¹⁴ZOLLINGER Monique, LAMARQUE Eric, « *Marketing et stratégie de la banque* », Edition Dunod, 4 ème édition, 2004. p117.

¹⁵CNEP News. *Op.cit.* P16.

¹⁶Ibid. P17.

L'assureur peut s'implanter rapidement sur des nouveaux marchés grâce aux réseaux existants des banques locales.¹⁷

I.4. L'amélioration de la rentabilité

L'assureur a l'opportunité de varier ses modes de distribution, afin d'éviter une dépendance trop grande à un réseau unique, la diversification permet de limiter les risques.¹⁸

La compagnie d'assurance impliquée dans la bancassurance verra sa rentabilité s'améliorer ; grâce à l'augmentation de son volume d'activité et la baisse des coûts de distribution, comme conséquence directe de l'utilisation du réseau de distribution bancaire.¹⁹

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

I.5. Réduction des coûts

La bancassurance est souvent considérée comme étant plus avantageuse, en termes de coûts, que les canaux traditionnels des agences et du courtage. L'assureur a l'avantage également de la réduction des coûts de distribution par rapport aux frais inhérents aux agents traditionnels (*frais fixes*), puisque le réseau de vente est en général le même pour les produits bancaires et les produits d'assurance. Cette économie de frais a pu être enregistrée de façon notable par bon nombre de bancassureurs à travers le monde et est ainsi répercutée dans les frais inclus dans les contrats.²⁰ Les produits peuvent donc être proposés à un meilleur coût.

II. Les limites et les inconvénients de la bancassurance pour les compagnies d'assurance

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

II.1. Le transfert du centre de décision

Toutes les compagnies d'assurance qui travaillent avec le réseau de distribution bancaire dans le cadre de la bancassurance se plient aux exigences des banques. Ainsi, il y a une forte dominance du mode de distribution sur le fabricant.²¹

La compagnie d'assurance est tenue de fabriquer des produits selon les exigences et selon les critères arrêtés par son banquier distributeur. La suprématie de la banque est beaucoup plus grande si la compagnie d'assurance est sa filiale. Indubitablement, l'activité de la compagnie d'assurance dépend largement de la politique de la maison mère, sa dépendance serait totale si le réseau bancaire était son seul canal de distribution et en cas de rupture avec

¹⁷MARJORIE Chevalier, CAROLE Launay et BERENGERE Mainguy. *Op.cit.* p 6.

¹⁸*Ibid.*

¹⁹BELKADI Saliha *Op.cit.* p 68.

²⁰MARJORIE Chevalier, CAROLE Launay et BERENGERE Mainguy. *Op.cit.* p 06.

²¹BELKADI Saliha. *Op.cit.* p 79.

celui-ci, la compagnie d'assurance perdrait son seul accès au marché car elle n'a pas de clients mais des assurés.

II.2. Le traitement des sinistres et la sélection des risques

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

D'un autre côté, lors de la survenance de sinistres, le banquier a tendance à défendre son client et essaie toujours de faire payer l'assureur pour éviter des conflits avec son client. Et si le problème persiste, le banquier déclinera toute responsabilité à l'égard de la tournure qu'ont prise les choses et n'hésitera pas à mettre tout sur le dos de l'assureur.²²

II.3. Le secret bancaire

Dans le cadre de la bancassurance, la communication des informations sur la clientèle des banques à la compagnie d'assurance, qu'elle soit filiale ou partenaire de la banque, n'est pas compatible avec les exigences de secret bancaire.

En effet, la banque doit avoir l'accord et le consentement de son client pour pouvoir communiquer des informations le concernant à des tiers. Le non-respect de ces dispositions est susceptible de sanctions pénales.²³

Décidément, les compagnies d'assurance ont vite adhéré à la bancassurance par conviction ou par obligation, faute de quoi leur pérennité est fortement menacée.

²²AMMMI MR Mohamed, HADDOUCHE Said, la bancassurance : « une nouvelle dynamique en marche pour la BADR » Mémoire online. Consulté le 22/02/2021. A 11h.

²³BELKADI Saliha. *Op.cit.*p 80.

Section 03 : Les enjeux de la bancassurance pour les clients

La bancassurance n'aurait pas eu autant de succès si elle n'avait pas augmenté le niveau d'utilité des consommateurs qui, en tant qu'agents économiques rationnels, cherchent à maximiser leur utilité. Ainsi, les produits d'assurance vendus par les bancassureurs devraient être meilleurs que ceux vendus par les assureurs traditionnels.

I. L'amélioration de la qualité des prestations

Sous l'angle de l'amélioration de la qualité des prestations envers les clients, nous pouvons citer :

I.1. La commodité d'accès

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

I.2. L'amélioration de l'offre

La pratique de la bancassurance a permis d'améliorer le service offert que ce soit sur le plan qualitatif ou quantitatif. En effet grâce à cette Pratique, le client peut trouver des produits simples et lisibles, qui répondent Parfaitement à leur besoins et situation. *« Les couts de distributions étant réduits par Rapport à un réseau de distribution traditionnel, le consommateur peut, la plupart du temps, bénéficier de produits d'assurance à des prix plus intéressants que dans les réseaux traditionnels. Les modes de règlement des primes sont en outre simplifiés puisque celle-ci sont directement prélevées sur le compte bancaire»*.²⁴

I.3. L'amélioration du service après-vente

Les bancassureurs répondent aux attentes de leurs clients en plaçant des plates-formes pour le règlement des sinistres à l'exemple des plates-formes téléphoniques (*call center*) mises en place pour le règlement des sinistres automobiles. Un numéro vert est remis au client, auquel il devrait appeler en cas de sinistre.²⁵

II. Une meilleure rentabilité des placements

En tenant compte des coûts de distribution qui sont réduits par rapport aux réseaux traditionnels, le client à l'avantage de bénéficier des produits d'assurance à des prix intéressant avec un mode de règlement simplifier des primes (*mensualité*).²⁶

²⁴MARJORIE Chevalier, CAROLE Launay et BERENGERE Mainguy. *Op.cit.* p.p 06-07.

²⁵BENNADJI Tahar. *Op.cit.* p 42.

²⁶HADDOUCHE Souad. *Op.cit.* p 23.

La prestation des bancassureurs est globalement bonne, voire meilleure que celle des assureurs traditionnels ; et la présence des collaborateurs assureurs au niveau des guichets bancaires comble largement les éventuelles lacunes des guichetiers en matière d'assurance. Ainsi, nous pouvons affirmer que le consommateur est le principal gagnant dans l'opération.²⁷

Section 04 : Les enjeux de l'inclusion financière

Les services financiers peuvent aider les personnes pauvres du monde entier à prospérer. Avec un accès aux prêts, à l'épargne et à l'assurance, ils sont d'avantage en mesure de gérer les risques, économiser de l'argent pour des situations d'urgence et investir dans l'éducation ou des opportunités d'affaires.

I. Définition de l'inclusion financière

L'inclusion financière est l'ensemble des dispositifs mis en place pour lutter contre l'exclusion bancaire et financière. Elle englobe toute une gamme de produits et services financiers et non financiers rendus accessibles aux différents segments de la société dont les institutions et les particuliers, surtout ceux qui sont marginalisés, à travers les canaux officiels, notamment les comptes courants et d'épargne, les services de paiement et de transferts, les services d'assurance, les services de financement et de crédit et des innovations des services financiers plus adaptés avec des prix compétitifs et raisonnables.

Elle œuvre aussi à la protection des droits des consommateurs de services financiers en les soutenant afin qu'ils puissent assurer correctement la bonne gestion de leurs fonds et leurs épargnes pour éviter que certains consommateurs recourent à des canaux et outils informels, non soumis à aucun contrôle des organes de supervision et qui pratiquent des prix relativement élevés induisant la non satisfaction des besoins en services financiers et bancaires par ces canaux.

L'inclusion financière est mesurée par la disponibilité en termes d'offre des services financiers et par leurs utilisations en termes de demande, ainsi que par la qualité de ces services.²⁸

Parmi les services financiers, nous pouvons citer :

- La micro-assurance avec toutes les variantes possibles liées aux assurances (*risque climatique, Décès, etc.*) ;
- Les différents produits de crédit ;
- La pension ;

²⁷BENNADJI Tahar. *Op.cit.* p 43.

²⁸www.bank-of-algeria.dz. Consulté 21/02/2021, à 13h30.

- Les produits d'épargne ;
- Le transfert d'argent.²⁹

Les services non financiers couvrent quant à eux un champ plus vaste. Il peut en effet s'agir de :³⁰

- Formations (*en gestion d'entreprise, en risques, en gouvernance, etc.*) ;
- Logiciels d'aide à la prise de décision (*SIMFI, Microfact, etc.*) ;
- Conseils et expertise technique ;
- Éducation financière et sensibilisation.

II. L'importance de l'inclusion financière et ses objectifs

- L'inclusion financière est devenue le centre d'intérêt de nombreux gouvernements et régulateurs financiers, en particulier les banques centrales. Il est ainsi prouvé l'existence d'une relation étroite entre l'inclusion financière, la stabilité financière et la croissance économique. Il est difficile de concevoir une durabilité de la stabilité financière alors qu'une grande partie de la population et d'entreprises demeure financièrement exclue du système économique. L'inclusion financière favorise la concurrence entre les institutions financières en travaillant sur la diversité et la qualité de leurs produits afin d'attirer le plus grand nombre de clients et de transactions, et l'entrée dans la légalité de certains canaux informels.³¹
- Sur un autre plan, l'inclusion financière se décline sur le plan social en portant un intérêt accru pour les populations à faible revenu, en accordant une attention particulière aux femmes, à l'accessibilité des particuliers, des petites, moyennes et micro entreprises et leur intégration dans le secteur financier officiel à travers l'offre de services financiers, en les rendant disponibles pour les catégories marginalisées, dans un souci d'intérêt public de création d'emplois, ce qui contribue à la croissance économique et donc à la réduction de la pauvreté, à l'amélioration de la répartition des revenus, et à l'augmentation du niveau de vie.³²
- L'inclusion financière a pour but d'élargir l'accès à des produits et services (*non*) bancaires et (*non*) financiers abordables et responsables pour les populations exclues du circuit bancaire classique. Pour parvenir à inclure le plus grand nombre dans le système financier et leur faire bénéficier de services bancaires adaptés, toute une gamme de produits et services ont été développés, le plus connu étant le microcrédit. Mais il existe aujourd'hui

²⁹www.ada-microfinance.org/fr. Consulté 21/02/2021, à 14h00.

³⁰www.ada-microfinance.org/fr. 22/02/2021, à 15h30.

³¹www.bank-of-algeria.dz. 22/02/2021, à 15h 45.

³²*Ibid.*

des services financiers qui répondent à des besoins qui vont bien au-delà du microcrédit: transferts d'argent, micro-épargne, micro-assurance, micro-pension. Bien conçus et aux mains d'acteurs forts et responsables, ces produits ont un potentiel énorme en termes de développement.³³

III. Mode opératoire

Il est recommandé que la conduite du processus d'inclusion financière intervienne après que les Etats aient préparés une étude sur les lacunes de l'offre et de la demande, pierre angulaire à partir de laquelle, ils peuvent soit fixer les objectifs futurs avec des priorités, ou considérer que l'étude des lacunes constitue la première étape pour préparer une stratégie nationale impliquant toutes les parties concernées. Dans tous les cas, les objectifs de la stratégie doivent être définis et mesurables et peuvent être réalisés à temps, en s'employant à unifier les efforts dans la même direction et à concrétiser les objectifs fixés pour atteindre le plus grand nombre de segments possibles des secteurs ciblés.

IV. La micro-finance

Il n'y a pas un consensus universel sur ce qu'est l'inclusion financière mais il existe de différents points de vue sur ce qu'elle signifie et ce qu'elle implique, comme le montre la littérature disponible. Les différences de définition découlent du contexte dans lequel elle est utilisée, de la situation géographique et de l'état de développement économique de la région. Divers chercheurs ont tenté de la définir et d'en définir les composantes. D'autres la définissent en précisant ce qu'elle n'est pas, c'est-à-dire l'exclusion financière. En générale l'inclusion financière est le processus qui consiste à garantir l'accès aux produits et services financiers appropriés dont ont besoin toutes les strates de la société, en particulier les groupes vulnérables tels que les groupes à faible revenu, l'inclusion financière est régie par un coût d'accès abordable et équitable.

Pour cela des études ont montré que l'un des moyens d'éradiquer la pauvreté et les inégalités consiste à développer les capacités du secteur financier et de le rendre disponible et accessible à tous les agents économiques, les services financiers sont donc d'une importance capitale dans toute économie.

Une étude a émis l'hypothèse que le principal rôle que joue le secteur bancaire est de fournir des liquidités qui permettent d'accroître les investissements dans le secteur productif, les services financiers sont capables de répartir plus équitablement les opportunités aux ménages les plus pauvres et aux régions géographiques économiquement défavorisées.

³³www.ada-microfinance.org/fr, 22/02/2021, à 16h00.

Dans le même sens la micro finance représente une stratégie d'intervention qui vise à surmonter les frictions du marché qui les empêchent d'agir en faveur des pauvres et des défavorisés. Le microcrédit offre des solutions progressives et complémentaires pour lutter contre l'exclusion financière, la pauvreté et pour promouvoir un développement inclusif et atteindre les objectifs du millénaire. Elle vise à inclure la population non bancarisée dans le système financier, de sorte qu'elle a la possibilité d'accéder au système financier formel, allant de l'épargne, des paiements et des transferts au crédit et à l'assurance.³⁴

Conclusion

En guise de conclusion, nous pouvons affirmer que la pratique de la bancassurance a prouvé son utilité et que désormais, nul ne pourrait remettre en cause l'opportunité de ce choix. Néanmoins, la bancassurance n'est pas un concept figé, il doit être adapté aux réalités et aux spécificités de chaque pays pour que les résultats escomptés soient atteints. Décidément, les enjeux sont bien réels, mais il reste aux intervenants sur le marché à les exploiter à bon escient dans le respect de la déontologie de chaque métier.

Mais, a priori, l'environnement dans lequel baignent les bancassureurs occidentaux est différent de l'environnement national dans lequel les banques et les compagnies d'assurance sont appelées à se développer. A cet effet, les enjeux de la bancassurance peuvent s'avérer différents et les motivations pourraient être opposées.

³⁴ Voir l'article 2019 : « *microcrédit et inclusion financière en Algérie* » Une étude d'impact, P 403.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

Introduction

Le but du présent chapitre est d'arriver, d'une part, à présenter une image reflétant l'état de la bancassurance en Algérie, et d'autre part, à délimiter son étendue et la périphérie de son essor futur éventuel, compte tenu du contexte économique et réglementaire actuel. Dès lors, une présentation de l'activité bancaire et assurantielle s'avère indispensable, pour une meilleure appréciation de l'environnement dans lequel la bancassurance serait appelée à se développer. D'autant plus que l'environnement politico-économique et les réalités actuelles des secteurs de la banque et de l'assurance en Algérie sont, en toute évidence, différents de ceux des pays où la bancassurance est à son apogée.

Pour ce faire, nous allons, tout d'abord, dans une première section, étudier les réalités nationales de la bancassurance puis, dans la deuxième section, nous essayerons de prouver l'utilité de la bancassurance sur les divers plans, en exposant le potentiel qui favorise son développement en Algérie enfin, dans une dernière section, nous traiterons ses voies de développement possibles.

Section 01 : Cheminement vers la bancassurance

Cette section sera consacrée à l'étude du cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie, l'état de son marché.

I. Le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie

Nous concentrerons notre attention dans cette section à la réglementation régissant l'activité de bancassurance. Le cadre réglementaire national de la bancassurance est longtemps resté imprécis, jusqu'à ce que de nouveaux textes législatifs régissant le secteur des assurances prennent essor, permettant ainsi l'éclosion d'un nouveau type de mécanismes de commercialisation des produits d'assurance, à savoir les bancassureurs sur le marché algérien. Ainsi la loi n° 06-04 du 20/02/2006, modifiant et complétant l'ordonnance n° 95-07 du 25/01/1995 relative aux assurances, est venue bouleverser le cloisonnement longtemps en vigueur entre les compagnies d'assurance et les banques algériennes. Grâce à cette nouvelle loi, la bancassurance est devenue réalité en Algérie.

Cependant la vente de produits d'assurance par les guichets bancaires est soumise à une double réglementation, non seulement aux exigences de cette nouvelle loi, mais aussi aux obligations édictées par le droit bancaire.¹

¹BENTOUNES Fatima Amel, BEN TAYEB Safia, « *La bancassurance en Algérie Cas de la CNEP-Banque* », Mémoire de fin d'étude 2015, p.p 43-44.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

I.1. La bancassurance selon la réglementation bancaire

L'ordonnance bancaire n° 10-04 du 26/08/2010 modifiant et complétant l'ordonnance bancaire n° 03-11 du 26/08/2003 relative à la monnaie et au crédit, constitue le cadre réglementaire régissant le système bancaire national. Cette loi définit les opérations qui peuvent être effectuées par les banques et les établissements financiers et assimilés, elle autorise aussi des opérations connexes qui doivent demeurer d'une importance limitée par rapport à l'ensemble de l'activité habituelle des banques.² Ainsi l'article 72 de la loi n° 03-11 modifié et complété par l'ordonnance bancaire n° 10-04 relative à la monnaie et au crédit précise ces opérations connexes à savoir : « *Le placement, la souscription, l'achat, la gestion la garde et la vente de valeurs mobilières et tout produit financier* ». ³

Selon Mr KEREN Vered, les bons de capitalisation et les contrats d'assurance vie qui peuvent être rachetés par l'assuré sont considérés comme étant des produits financiers⁴. Alors les banques algériennes sont autorisées, au sens de l'article 72 de l'ordonnance n° 03-11, à distribuer les produits d'assurance vie dans la mesure où ils constituent des produits financiers, sous réserve de satisfaire aux dispositions de la loi relative aux assurances.

L'article 03 du règlement n° 95-06 relatif aux activités des banques et établissements financiers, définit les activités connexes comme des activités complémentaires à l'activité bancaire. Ainsi chaque fois que le banquier est en mesure de démontrer le lien entre l'activité bancaire et un autre acte, celui-ci sera traité comme connexe. Alors, les produits d'assurance accessoires à une opération bancaire peuvent être considérés comme opération connexe, par exemple : les contrats d'assurance des prêts bancaires ou des cartes de paiement qui constituent un prolongement de l'activité bancaire.⁵

Pour les autres produits d'assurance qui ne peuvent être considérés ni comme des produits financiers, ni comme des produits accessoires à l'activité bancaire, les banques pourront les distribuer avec une autorisation du Conseil de la Monnaie et du Crédit*, c'est le cas des produits d'assurance comme la garantie de remboursement des frais médicaux ou les

² Voir L'ordonnance bancaire n° 10-04 du 26/08/2010 modifiant et complétant l'ordonnance bancaire n° 03-11 du 26/08/2003 relative à la monnaie et au crédit.

³ Voir l'article 72 de la loi n° 03-11 modifié et complété par l'ordonnance bancaire n° 10-04 relative à la monnaie et au crédit.

⁴ KEREN Vered, La bancassurance, Ed QUE SAIS-JE ?, Paris, 1997 p 66.

⁵ Voir l'Article 03 du règlement n° 95-06 relatif aux activités des banques et établissements financiers.

* Selon l'article 75 de l'ordonnance n° 03-11 du 26 août 2003 modifiée et complétée par la loi n° 10-04 du 26 août 2010 relative à la monnaie et au crédit qui autorise les banques à exercer, à titre habituel, d'autres activités, autres que celles confirmées expressément par la loi, sous réserve qu'elles soient autorisées en vertu d'un règlement pris par le Conseil de la Monnaie et du Crédit (CMC).

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

multirisques habitations, qui ne sont pas des produits financiers et leur proximité du domaine bancaire n'est pas tout à fait démontrée.

I.2. La bancassurance selon la réglementation assurancielle

Les assurances en Algérie sont régies par l'ordonnance n° 95-07 du 25/01/1995 modifiée et complétée par la loi n° 06-04 du 20/02/2006 qui a dynamisé et développé ce secteur au niveau juridique et au niveau professionnel.

Au niveau juridique, cette loi prévoit plusieurs mesures en faveur des assurances de personnes, à titre d'exemple, la séparation de l'assurance de personnes de celle de dommages. Tandis qu'au professionnel, cette loi élargit le champ de distribution des produits d'assurance aux banques, établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution.

Ainsi l'article 53 de la loi n° 06-04 du 20/02/2006 modifiant et complétant l'article 252 de l'ordonnance n° 95-07 du 25/01/1995 relative aux assurances, autorise la distribution des produits d'assurance par une banque à des particuliers pour le compte d'une compagnie d'assurance, autrement dit que cette loi stipule que : *«... les sociétés d'assurance peuvent distribuer les produits d'assurance par l'entremise des banques et des établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution »*. Ensuite, trois textes d'application sont venus organiser cette activité. Il s'agit du décret exécutif n° 07-153 du 22-05-2007, fixant les modalités et les conditions de distribution des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution, l'arrêté du 06-08-2007 fixant les produits d'assurance pouvant être distribués et l'arrêté 20-02-2008, fixant le taux maximum de participation d'une banque ou d'un établissement financier dans le capital social d'une société d'assurance et/ou réassurance.*

Ces nouveaux dispositifs devraient permettre, entre autres, de densifier le réseau de distribution des assurances, d'améliorer le taux de couverture du marché des assurances et de capter la clientèle des banques. Cependant, toute modification afférente aux dispositions de la convention et toute résiliation par l'une des parties doit être soumise et portée à la commission de supervision des assurances.

I.3. Conditions et dispositions de la bancassurance

Les conditions et les dispositions de la bancassurance sont comme suit :

* En application de l'article 228 de l'ordonnance n° 95-07 modifiée et complétée et les dispositions apportées par l'arrêté du 20 février 2008 (art2), le taux maximum de participation d'une banque ou d'un établissement financier dans le capital social d'une société d'assurance et/ ou de réassurance est fixé à quinze pour cent (15%) du capital social de la société d'assurance ou de réassurance.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

I.3.1. Les conditions de distribution

Les sociétés d'assurance peuvent distribuer les produits d'assurance par l'entremise des banques et des établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution, conformément à l'article 252 de l'ordonnance N°95-07 modifiée et complétée par la loi N°06-04 du 20/02/ 2006 sur les assurances.

▪ La Convention

Les sociétés d'assurance agréées peuvent présenter, sur la base d'une ou de plusieurs conventions de distribution, des opérations d'assurance par l'intermédiaire des banques ou des établissements financiers et assimilés⁶. La société d'assurance doit soumettre, à la commission de supervision des assurances, toute convention de distribution conclue entre elle et l'un des organismes financiers et assimilés.⁷

La convention de distribution-type régissant la relation entre la société d'assurance et la banque ou l'établissement financier est établie par l'association des assureurs⁸. L'avis de la commission de supervision des assurances (*Conformément à l'article 209 de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée et le décret d'application n° 07-153 art.7, 8, et 9*) : Toute modification afférente aux dispositions de la convention et toute résiliation doit être soumise et portée à la commission de supervision des assurances.

La convention doit mentionner :⁹

- Liste des agences (*mandataire*) ou tout point de vente de la banque ou de l'établissement financier habilités à souscrire et à distribuer les contrats d'assurance ;
- Liste des produits d'assurance, objet de la convention ;
- La commission de distribution et les modalités de rémunération du mandataire ;
- Les informations à communiquer à la société d'assurance mandante ;
- Les pouvoirs de souscription ;
- L'agence mandataire ou tout point de vente est autorisé à opérer pour la distribution des produits d'assurances, dans la même circonscription que leur activité ;
- La juridiction compétente statuant en matière de litiges ;
- Les pouvoirs en matière d'encaissement de primes, de délai de transfert des primes à l'assureur, de gestion et de règlement des sinistres.

⁶ Voir l'Article 2 du décret exécutif n° 07-153 du 22 mai 2007.

⁷ Voir l'Article 228 de l'ordonnance n° 95-07 modifiée et complétée.

⁸ Voir l'Article 3 du décret exécutif n° 07-153.

⁹ Voir l'Article 5 du décret exécutif n° 07-153.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

▪ La formation

Une formation adaptée des agents souscripteurs d'assurance employés par les organismes bancaires et établissements financiers.¹⁰ Les agents souscripteurs d'assurance employés par ces organismes doivent être titulaires d'un diplôme universitaire.

La société d'assurance doit dispenser un stage d'au moins quatre-vingt-seize (96) heures effectives portant sur les opérations d'assurance à distribuer et sanctionné par une attestation.

En fin de stage, une carte professionnelle sera délivrée aux agents souscripteurs par l'association des assureurs avec mention des produits d'assurance pour lesquels ils sont habilités à souscrire.

I.3.2. Les dispositions

Ces dispositions sont apportées par l'arrêté du 6 août 2007.

Pour les produits d'assurance qui peuvent être distribués par les banques, établissements financiers et assimilés sont ceux relatifs :

- Aux branches d'assurance de personnes : accidents, maladie, assistance, vie décès et capitalisation ;
- l'assurance crédits ;
- A l'assurance des risques simples d'habitation ;
- Multirisques habitation ;
- Assurance obligatoire des risques catastrophiques ;
- Aux risques agricoles.¹¹

Pour la rémunération des organismes les banques, les établissements financiers et assimilés, bénéficient, dans le cadre de la distribution des produits d'assurance d'une rémunération sous forme d'une commission de distribution calculée en pourcentage sur le montant de la prime encaissée nette de droit et de taxes.¹²

Les niveaux maximum de la commission de distribution :

- Assurance de personnes ;
- Capitalisation : 40% de la première prime et 10% des primes annuelles suivantes durant toute la durée du contrat ;
- Autres branches d'assurance de personnes : 15 % ;
- Assurances crédits : 10% ;

¹⁰Voir l'Article 6 du décret exécutif n° 07-153.

¹¹Voir l'Article 2 de l'arrêté du 6 août 2007.

¹²Voir l'Article 3 de l'arrêté du 6 août 2007.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

- Assurance des risques simples d'habitation ;
- Multirisques habitation : 32 % ;
- Assurance obligatoire des risques catastrophiques : 5 % ;
- Assurance risques agricoles : 10%.¹³

II. Etat des lieux du marché de la bancassurance en Algérie

Les relations entre les banques et les compagnies d'assurance en Algérie ne remontent pas à l'ère de l'ouverture économique mais bien antérieure à cette époque, quoi que le cadre réglementaire ne fût pas favorable et le cloisonnement des activités était toujours de rigueur. Les compagnies d'assurance ont, depuis longtemps, fourni aux banques les garanties nécessaires pour la couverture des risques liés aux prêts, aux autres opérations avec la clientèle et à l'activité bancaire en général (*assurance de fonds transportés,...*). De leur côté, les banques constituent une source de placement des ressources collectées.

Le degré de rapprochement entre banques et compagnies d'assurance apparaît en analysant, d'une part, les liens capitalistiques entre les deux entités, matérialisés par les prises de participations, et d'autre part, par le degré de coopération dans la distribution. A cet effet, nous tenterons de présenter, dans un premier temps, les prises de participations entre les banques et les compagnies d'assurance et le degré de coopération dans la distribution, dans un second temps.¹⁴

II.1. Aperçu sur les liens capitalistiques entre banques et compagnies d'assurance

Les banques et les compagnies d'assurance algériennes ont depuis longtemps noué des liens capitalistiques entre elles. La transition vers l'économie de marché n'a fait que consolider et renforcer leur essor.

Nous pouvons citer, à titre d'illustration, quelques cas, sans pour autant prétendre à l'exhaustivité, à défaut d'informations exactes : la Société de Garantie des Crédits Immobiliers (*SGCI*) et la Compagnie d'Assurance et de Garantie à l'Exportation (*CAGEX*) dont le capital est entièrement détenu par les banques et des compagnies d'assurance publiques, la SAA qui détient 5% d'ABC Bank et l'Algérienne des Assurances (*2A*) qui détient 10% du capital d'Arco Bank.

L'émergence d'un secteur bancaire et assurantiel privé a donné un essor au mouvement de constitution de groupes intégrant des banques et des compagnies d'assurance à l'exemple du groupe El Rayen et du groupe regroupant l'Algérienne des Assurances et Arco

¹³Voir l'Article 4 de l'arrêté du 6 août 2007.

¹⁴BENNADJI Tahar. *Op.cit.* p.p 68-69.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

Bank. Cela constitue un niveau très développé de rapprochement entre les diverses entités du groupe et encourage davantage l'intégration et la coopération dans la distribution.¹⁵

II.2. Un marché de bancassurance embryonnaire

II.2.1. La bancassurance à la CNEP-Banque

La CNEP-Banque a instauré en 1988 un fonds de garantie pour assurer elle-même l'assurance de ses clients emprunteurs contre le décès. Les clients adhéraient au fonds qui leur garantissait le paiement du solde restant dû de leur crédit en cas de décès. Avec l'Ordonnance 95 - 07, la CNEP-Banque n'est plus autorisée à assurer seule la fabrication de ce produit, c'est ainsi qu'elle a opté pour un partenariat avec la SAA dans le cadre de deux conventions signées à cet effet. Cet accord permettra à la CNEP-Banque de présenter pour le compte de la SAA des temporaires décès liés à ses opérations de crédit.¹⁶

II.2.2. Le cas de Rayan Bank

Rayan Bank et Rayan Assurance sont deux sociétés privées à capitaux étrangers appartenant au groupe qatari de Cheikh Fayçal. Néanmoins, aucune stratégie bancassurance ou d'assurfinance n'est, à notre connaissance, envisagée. En effet, Rayan Bank ne prend pas en charge la distribution des produits de Rayan Insurance même si le client de la banque est vivement sollicité pour acquérir le contrat d'assurance exigé auprès de ladite compagnie d'assurance.

Ce degré de coopération est loin d'être un cas de bancassurance proprement dit. Néanmoins, les dirigeants du groupe sont conscients des opportunités qu'offre la bancassurance et attendent le moment opportun pour se lancer. En effet, selon Mr BENAMEUR Djamel, Directeur Général de Al Rayan Insurance, « ...*De même, comptons-nous suivre notre réseau bancaire en attendant que les textes nous permettent de faire de la bancassurance* »¹⁷.

II.2.3. La Banque Al Baraka d'Algérie : Une expérience inédite

La Banque Al Baraka Algérie est une banque islamique à capitaux mixtes, 50% du groupe El Baraka et 50% de la BADR.

Elle s'est intéressée au domaine de l'assurance pour répondre aux besoins de sa clientèle et assurer pleinement son statut de banque islamique. Pour atteindre cet objectif, elle a procédé, en 2000, à la création d'Al-Baraka Oua Al Amane d' Assurance et de Réassurance dont elle a pris la majorité des parts, ce qui lui a conféré un pouvoir de contrôle sur cette

¹⁵BENNADJI Tahar. *Op.cit.* p 69.

¹⁶ Voir Infra : Pratique de la bancassurance à la CNEP-Banque et ses perspectives de développement, P.82

¹⁷ OUALINI Samir, «*Al Rayen Insurance : l'ambition à la clé*», Algérie Entreprise, n°3 - Avril/mai, 2002. P.38.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

dernière. Néanmoins, cette situation n'a pas longtemps duré, car la Best Re, filiale de la Best Bank de Tunisie, qui détenait 20% de la compagnie d'assurance avait racheté une bonne partie des parts de cette dernière.

La Banque Al Baraka propose à ses clients, dans le cadre de leurs relations bancaires, les produits d'assurance d'Al-Baraka Oua Al Amane d' Assurance sous une vision différente des autres assurances et qui s'inscrit dans la continuité de ses fonctions de banque islamique. Désormais, le concept utilisé est « *el Takafoul* » qui n'est rien d'autre qu'une prise en charge totale des besoins bancaires et assurantiels selon les règles islamiques. Selon Mr OUDGHIRI Abdelghani, Directeur Général d'Al-Baraka Oua Al Amane Assurance et Réassurance, l'assurance proposée a une particularité d'être participative et très proche du système mutualiste.¹⁸

Le concept de « *el Takafoul* » de la Banque Al Baraka est une révolution en soi et promet de donner naissance à une nouvelle conception au phénomène de la bancassurance qui peut s'avérer différente des modèles de bancassurance les plus connus en Europe.

II.2.4. L'assurfinance à la CNMA

La Caisse Nationale de Mutualité Agricole est une compagnie d'assurance sous forme mutuelle sous la tutelle du Ministère de l'Agriculture. Son activité principale est tournée vers le secteur agricole, même si son agrément lui permet d'exercer toutes branches d'assurance confondues.

Suite à sa demande en date du 4 janvier 1995, le (CMC) a autorisé la (CNMA) par le règlement n°95-01 du 28 février 1995 portant dérogation en faveur de la Caisse Nationale de Mutualité Agricole (CNMA) pour effectuer des opérations de banque. Ce règlement lui confère le statut de banque agréée* et lui permet d'exercer les activités de banque en faveur de la clientèle des secteurs agricoles productifs, de l'élevage, des forêts et de la pêche.

Ainsi, la (CNMA) peut, sous son contrôle, faire effectuer, par les structures mutuelles (*Caisses Locales et Régionales*), certaines des opérations de banque que lui confère son agrément.

En plus, la (CNMA) détient 100% du capital d'une filiale bancaire spécialisée dans le leasing. Il s'agit de la Société Algérienne du Leasing Mobilier (SALEM).

L'engagement de la (CNMA) dans la voie d'AssurFinance apparaît un processus irréversible mais la séparation entre l'activité bancaire et l'activité assurance reste de rigueur.

¹⁸ Cf. BENSAMI, Amine, «*L'assurance participative*», Algérie Entreprise, n°3 - Avril/mai, 2002. P.32.

* La CNMA apparaît dans la liste des banques agréées arrêtée par la Banque d'Algérie. Cf. www.bank-of-algeria.dz.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

Enfin, pour des raisons d'efficacité économique et pour une meilleure prise en charge des besoins en matière bancaire et assurantielle des clients du secteur agricole, de l'élevage et de la pêche, il serait très intéressant d'adopter le système de Guichet Unique qui prendra en charge et le financement et l'assurance des clients.

Ce bref aperçu des quelques cas que nous nous sommes permis de qualifier de bancassurance, nous amène à dire que la bancassurance en Algérie est dans un état primitif et loin de suivre l'évolution et les synergies qui s'opèrent dans le secteur des services financiers du monde occidental.

Section 02 : Le potentiel qui favorise la bancassurance

Avec un taux de bancarisation de 25%, il apparaît clairement que le marché bancaire algérien est loin de la situation qu'ont connue les banques européennes et, notamment, les banques françaises avant de se lancer dans la bancassurance.¹⁹

En fait, les raisons qui les ont poussés vers la bancassurance ne sont pas les mêmes que celles militent pour la bancassurance en Algérie. En effet, les marchés bancaires européens étaient caractérisés par une forte saturation et une concurrence très avivée, aggravée par les forts mouvements de désintermédiation et de resserrement des marges sur les taux d'intérêts. Par contre, d'une part, l'économie algérienne, à l'image de toutes les économies d'endettement, est toujours dominée par la finance indirecte où le financement de l'économie est assuré en grande partie par le crédit bancaire, en l'absence d'un marché financier développé susceptible de prendre le relais. D'autre part, l'économie nationale est sous bancarisée et la concurrence au sein du secteur bancaire ne fait pas rage.

Dès lors, nous devons nous interroger sur l'opportunité de la bancassurance, son utilité économique et sur le potentiel qui favorise son développement en Algérie. Tant sur le plan micro que macro-économique :

I. Sur le plan micro

Au niveau micro c'est-à-dire l'environnement restreint dont lequel évoluent les banques et les compagnies d'assurance, la bancassurance est plus que nécessaire afin d'améliorer la rentabilité par la réalisation des économies d'échelle et de gamme, tirer des avantages concurrentiels en offrant au client une gamme complète de produits bancaires et d'assurance et de toucher le plus grand nombre en terme, à la fois, de bancarisation et de pénétration d'assurance.²⁰

¹⁹ BENNADJI Tahar. *Op.cit.* p .59.

²⁰Voir la Revue DIRASSAT - N° d'économie - Université Laghouat - JUIN 2012, p.p. 45-46.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

I.1. L'amélioration de la rentabilité

Les commissions à percevoir des compagnies d'assurance, en contrepartie de vente de produits d'assurance par les banques, vont certainement contribuer à amortir les charges de fonctionnement de la banque et par conséquent l'amélioration de la rentabilité de la banque et de la compagnie d'assurance, en versant moins comme commissions à la banque distributeur de produits.

En effet, le fait d'élargir l'activité de la banque en proposant une gamme de produits plus étendue dont les effectifs demeurent constants ne peut qu'accroître sa rentabilité et donner au personnel la possibilité d'évolution dans leurs carrières.²¹

I.2. L'avantage concurrentiel

La bancassurance va permettre la consolidation d'une épargne, en transformant des fonds qui se trouvent placés sur des comptes livrets en contrats d'assurance vie d'une durée moyenne. Cette volonté des clients à transformer leurs comptes épargne en contrats d'assurance se justifie par les exonérations fiscales dont bénéficient les assurances vie.²²

La bancassurance peut donner naissance à un groupe ou à un conglomérat financier d'une taille considérable ; ce qui va lui conférer un pouvoir de négociation sur le marché, avec les partenaires sociaux et même avec l'état qui n'hésitera pas à intervenir en sa faveur en cas de difficultés.

De même, l'effet de taille produit aussi des économies d'échelle qui représentent la baisse des coûts moyens avec le volume d'activité.

Offrir une gamme complète au client, va sans doute le fidéliser et surtout quand on sait que le consommateur algérien est dépourvu de la culture financière, d'un côté, et s'est fait une très mauvaise image des services financiers héritée par les acteurs du secteur de temps de la gestion socialiste, d'un autre côté.

Cette fidélisation rendue possible par l'innovation par la bancassurance, elle lui confèrera un avantage concurrentiel lié à la stratégie de différenciation implicite mais très prisée par le marché.

Une meilleure rentabilité dégagée par la bancassurance, permettra de réduire les commissions exigées des clients, et c'est là l'avantage compétitif sur les concurrents.

Sans grands efforts marketing, la compagnie d'assurance peut facilement avoir l'exclusivité des clients de la banque partenaire, car sont rares les clients qui refusent de

²¹AIT ABBAS Rachda, « *Les apports de la bancassurance : son histoire, ses formes, ses apports* », CNEP News, juin 2008, p.16.

²²*Ibid.*

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

souscrire à une assurance proposée par la banque avec laquelle il a des relations privilégiées et surtout tenu par des produits bancaires notamment le crédit.

L'expérience à travers le monde montre que les assureurs qui tardent à adhérer à la bancassurance perdent progressivement des parts de marché, et par la suite seront obligés de suivre mais après avoir perdu en argent et en temps.²³

I.3. Couverture plus large du territoire

Le réseau bancaire est plus dense que celui de l'assurance, d'où la nécessité de coopérer avec les banque afin d'avoir accès direct à une plus large clientèle sans investissement en infrastructure et en marketing.²⁴

Certaines compagnies d'assurance notamment privées qui viennent de s'implanter ces dernière années en Algérie ne disposent pas d'un nombre important d'agences, le partenariat avec les banques c'est un choix stratégique pour elles, il permettra d'atteindre une clientèle diversifiée et répartie sur l'ensemble du territoire nationale.

II. Sur le plan macro-économique

Conjuguer les efforts des banque et des compagnies d'assurance pour un meilleur essor du marché des services financiers et de réussir la réforme financière tant attendue. La bancassurance est un atout pour la vulgarisation des produits financiers et par voie de conséquence élever les taux de bancarisations et de la pénétration de l'assurance, ce taux est le plus faible²⁵ par rapport aux pays voisins (*Maroc et Tunisie*).

En claire, la bancassurance contribuera à enrichir l'offre globale en produits d'assurance, notamment l'assurance vie et contribuera à l'accumulation du capital et à maintenir un service de proximité.²⁶

II.1. Enrichir l'offre et développer les assurances vie

La distribution des produits d'assurance par les agences de banques facilitera la vulgarisation et la prolifération de ces derniers et augmentera par conséquent le taux très faible de pénétration (*moins de 1% du produit intérieur brut*).²⁷

La bancassurance renforce la concurrence et donc l'efficience en termes d'exploitation des ressources. A plus forte raison, en l'état actuel des choses, les banques publiques algériennes jouissent d'une surliquidité.

²³ Voir la Revue DIRASSAT - N° d'économie - Université Laghouat - JUIN 2012. p.p. 46-47.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ AGUSSOU Jacques, GANSINHOUNDE IN www.memoireonline.com.

²⁶ Voir la Revue DIRASSAT - N° d'économie - Université Laghouat - JUIN 2012. p .47.

²⁷ HADJAM Zhor « *convention algéro-française sur les assurances* », ELWATAN du dimanche 9 mars 2008. p5.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

Les produits d'assurance vie sont une épargne à très long terme et des produits de prévoyance qui constituent une source de financement stable et permanente. Devant les difficultés dont il se trouve le régime général des retraites par répartition, L'économie algérienne a besoin de cet argent de l'assurance pour le financement des retraites complémentaires.

III.2. Contribution à l'accumulation du capital et financement institutionnel

Etant des investisseurs institutionnels, les bancassureurs investissent une partie des provisions techniques et mathématiques dans les titres de l'état, d'où une source de financement non inflationniste.²⁸

III.3. Le maintien d'un service de proximité

Par souci de rentabilité, Les compagnies d'assurance et les banques seront tentées de fermer leurs guichets situés dans les milieux reculés. Néanmoins, le regroupement de l'activité banque et assurance aura un effet positif sur l'agence bancaire et réduira, sans doute, ce mouvement de fermeture. Ainsi le service financier de proximité sera maintenu dans les milieux ruraux et limitera donc l'exode rural.²⁹

II.4. Satisfaire au mieux la clientèle

La bancassurance rend le produit plus accessible au client et met à sa disposition un produit différent qui répond le mieux à ses attentes et à ses besoins.³⁰

De même, le client n'a pas à évoquer ses problèmes de placement et d'assurance avec deux interlocuteurs. Le client du bancassureur bénéficiera d'une lisibilité du produit, d'une meilleure rentabilité des placements, d'une offre plus accessible et en définitive, il bénéficiera d'une meilleure qualité du service.

II.5. Remédier aux défaillances du système de retraite

Vu la hausse du niveau des départs à la retraite, les cotisations de la population active ne peuvent plus permettre le paiement de la totalité des retraites par répartition. La bancassurance peut apporter une solution à ce problème en offrant des produits de retraite complémentaire (*retraite par capitalisation*).³¹

²⁸Voir la Revue DIRASSAT - N° d'économie - Université Laghouat - JUIN 2012. p 48.

²⁹*Ibid.*

³⁰AIT ABBAS Rachda, *Op.cit.* p17.

³¹*Ibid.*

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

II.6. Le maintien de l'emploi

Avec l'informatisation et l'automatisation des procédures, le besoin en personnel peut devenir moins en moins important. La bancassurance peut permettre de limiter le licenciement du personnel en les faisant vendre des produits d'assurance.³²

II.7. Une meilleure efficience

L'implication des banques dans le marché de l'assurance permettra d'encourager la concurrence, ce qui a amené les différents intervenants à chercher une meilleure maîtrise des coûts et une exploitation des avantages comparatifs de chacun.³³

II.8. Un moyen d'accroître le taux des assurances dans le PIB

Un des objectifs attendus de la généralisation de la bancassurance en Algérie serait d'accroître le taux de pénétration de l'assurance dans le produit intérieur brut(PIB), actuellement inférieur à 1%³⁴. Le chiffre d'affaire des compagnies d'assurances exerçant en Algérie durant 2009 a atteint 77 milliards DA.³⁵

De ce qui précède, nous pouvons affirmer que la bancassurance sera bénéfique aussi bien sur le plan micro-économique que sur le plan macro-économique. Les banques et les compagnies d'assurance qui l'adopteront trouveront leurs comptes : leur rentabilité sera améliorée et leur position concurrentielle renforcée. Cependant, une partie non négligeable des enjeux macro-économiques ne pourra être atteinte que si les banques à réseau dense s'impliquent sérieusement dans la bancassurance.

³²AIT ABBAS Rachda, *Op.cit.* p.18.

³³*Ibid.*

³⁴M.E.H « *bancassurance, un moyen d'accroître le taux des assurances dans le PIB* », L'ACUEL International, N°93 du juillet 2008, P.15.

³⁵Voir le rapport d'activité annuel des assurances en 2009, direction des assurances, ministère des finances, p.03.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

Section 03 : Les produits de bancassurance pour Algérie

Si la bancassurance devrait se faire en Algérie, la saturation du marché ne pourra être avancée comme argument ou comme motivation de lancement. Elle doit répondre, à notre sens, à un besoin de renouer avec l'innovation et une volonté de satisfaire les besoins de la clientèle, tout en améliorant la rentabilité aussi bien de la banque que du partenaire assureur.

Les banques et les compagnies d'assurance doivent coopérer et travailler dans le but d'améliorer la qualité de leurs prestations - généralement complémentaires - pour une meilleure efficacité et un meilleur transfert de l'utilité de l'argent dans le temps. L'état actuel de leurs marchés respectifs et la nécessité de prendre des mesures urgentes pour y remédier, les obligent, plus que jamais, à s'entraider et à se lancer dans des voies de coopération, dans le cadre de stratégies de bancassurance.

Même si le cadre réglementaire actuel autorise les banques à créer ou à détenir des participations dans une société d'assurance, la présentation des produits d'assurance pour leur compte ou pour le compte d'une tierce personne, ne peut se faire sans l'agrément du Ministère des Finances qui ne laisse aux banques qu'une seule voie pour accéder au marché de l'assurance, les obligeant ainsi à se constituer en courtiers ou en maison de courtage.

I. Stratégie de rapprochement

Les banques ont le choix entre les différentes stratégies «*Bancassurance*», développées précédemment, oscillant entre un simple accord de distribution jusqu'à la création d'une société d'assurance filiale de la banque.³⁶

Cependant, pour un début, et pendant toute la période nécessaire pour l'apprentissage et la familiarisation avec les produits d'assurance, il est vivement recommandé aux banques de coopérer avec une compagnie d'assurance ayant une expérience en la matière et donc connaît mieux que quiconque, les techniques de l'assurance et son marché. Ainsi, la banque aura à distribuer, par son personnel habituel, des contrats d'assurance de la compagnie d'assurance de son choix au niveau des guichets bancaires. La clientèle cible est bien évidemment l'ensemble des clients de la banque. Cela peut se faire en concluant des accords de distribution avec un ou plusieurs assureurs. Or, l'expérience a montré que ce sont les stratégies mono label qui donnent de meilleurs résultats, d'où l'intérêt de travailler avec un seul assureur. L'accord de distribution doit, de préférence, être conclu avec une société

³⁶BENNADJI Tahar.*Op.cit*, p.p.77-78.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

d'assurance avec laquelle la banque a des liens capitalistiques, toutes choses égales par ailleurs, pour une meilleure intégration de l'activité et un meilleur retour sur investissement.³⁷

En effet, un regard attentif aux expériences occidentales, notamment à l'expérience française, fait apparaître que la plupart des banques ont opté pour des stratégies visant à conclure des accords de distribution avec des compagnies d'assurance, conjugués, généralement, avec des prises de participations croisées, durant les premières années du lancement de la bancassurance. Ceci dans le but d'éviter des investissements lourds en capital et en formation, et surtout pour bénéficier de l'expérience de son partenaire assureur en matière d'assurance.

D'où la nécessité aux banques algériennes d'opter pour un partenariat avec une compagnie d'assurance existante en attendant de passer à un stade plus évolué de bancassurance dont la survivance dépend, largement, de l'expérience acquise durant la période d'apprentissage.

II. Les produits à lancer et la stratégie de lancement

Le choix des produits à lancer relève de la stratégie d'entreprise qui doit, dans tous les cas, tenir compte de l'environnement interne et externe et surtout, qu'il soit le résultat d'études appropriées. Compte tenu de l'état actuel de l'environnement bancaire et des réalités du marché des assurances, nous pensons que la bancassurance doit se faire en deux étapes bien distinctes.³⁸

II.1. La première étape

La première étape se présente comme suit :

II.1.1. Le choix des produits

Dans une première étape, les banques devront se contenter de distribuer les produits d'assurance, constituant le prolongement naturel de leur activité principale et qui sont, généralement, accessoires aux opérations bancaires.

Elles doivent commencer par la bancarisation des produits d'assurance exigés, obligatoirement, pour l'acquisition de certains produits bancaires, à l'image des contrats d'assurance temporaires décès et invalidité totale exigés lors d'octroi d'un crédit.

Le temporaire décès convient à tous les types de crédit aux particuliers, du simple découvert aux crédits hypothécaires les plus complexes.

³⁷ BENNADJI Tahar. *Op.cit*, p .78.

³⁸ *Ibid.* p .78.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

Le caractère obligatoire de ces polices d'assurance constitue le gage de réussite de l'opération. Néanmoins, la banque doit exiger de son partenaire assureur d'appliquer des tarifs concurrentiels et de réduire au maximum les questionnaires médicaux, d'une part, pour rendre le produit bancaire plus attractif et pour convaincre, assez facilement, le client d'acquiescer le contrat d'assurance proposé, sans user des pratiques commerciales abusives, d'autre part. En tout état de cause, le contrat offert par la banque doit être meilleur que celui à acquiescer chez un autre assureur traditionnel et doit être apprécié et valorisé par les clients.

A côté de ces contrats d'assurance quasi-obligatoires, les banques peuvent étoffer leur gamme de produits par l'introduction d'autres contrats d'assurance, notamment ceux liés aux comptes de dépôts et aux instruments de paiements. Nous pouvons citer, à titre d'exemple, les contrats d'assurance liés aux comptes d'épargne qui garantissent le paiement du solde moyen du compte, en cas de décès du titulaire, ou ceux garantissant le paiement à la famille du défunt un an de salaire. Les exemples ne manquent pas et les banques peuvent créer autant de produits qu'on peut imaginer, selon les besoins de la clientèle, et selon les orientations stratégiques de la banque.

Cependant, une étude préalable est nécessaire pour la détermination des besoins réels des clients afin que le produit leur soit de sur-mesure. ³⁹

II.1.2. La communication et le marketing liés aux produits

L'implication des équipes marketing est indispensable, à ce niveau, pour que le produit soit attrayant et pour qu'il puisse répondre aux attentes de la clientèle et, surtout, pour être facilement vendable. Les campagnes marketing seront indispensables pour la promotion et la vulgarisation de ces produits.

En tout état de cause, la communication doit être objective et le chargé de clientèle doit se contenter d'évoquer le côté financier du produit et son utilité, sans évoquer les mécanismes financiers et techniques qui ont servi à sa fabrication.

II.1.3. Les relations banque/compagnie d'assurance

La compagnie d'assurance doit s'engager à traiter, à bonne date, les contrats d'assurance qui lui seront présentés par la banque, de même pour le règlement des sinistres. Elle doit céder une partie des primes reçues à la banque, à titre de rémunération pour sa prestation, et la faire participer aux bénéfices de l'opération.

Elle doit aussi participer à la formation d'une partie du personnel de la banque, en matière d'assurance, qui sera chargée, ensuite, de former les autres collègues.

³⁹BENNADJI Tahar. *Op.cit*, p.p. 77-78.

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

Comme les produits à lancer sont très simples, il n'est pas nécessaire de dépêcher de la compagnie d'assurance un spécialiste pour assister le personnel bancaire dans la vente des produits d'assurance. La formation dispensée permettra aux Chargés d'Etudes de distribuer, sans grandes difficultés, les produits d'assurance en leur possession.

Cette étape permettra aux banquiers de se familiariser avec les techniques d'assurance, d'acquérir une autre approche du risque et de comprendre les tenants et les aboutissants de l'assurance. La durée nécessaire pour l'apprentissage ne peut être déterminée a priori, elle dépend en particulier de la volonté du staff dirigeant à intégrer définitivement l'assurance dans la stratégie de la banque et de l'intensification des formations.

II.2. La deuxième étape

Cette deuxième étape marquera la fin de la période d'apprentissage et préparera les banques vers une nouvelle ère de bancassurance.

A cette étape, les banques pourront lancer les produits d'assurance vie à dominante financière et les produits de capitalisation qui constituent l'essence même de la bancassurance. Ces produits doivent répondre aux besoins de la clientèle en matière de complément retraite, de constitution d'un capital pour un enfant en vue de son insertion professionnelle future, pour constituer une bourse d'études ou tout simplement pour financer des prêts hypothécaires.

Les produits d'assurance vie pourront répondre aux divers besoins de la clientèle et le bancassureur algérien pourra les présenter aussi bien pour la clientèle domiciliée chez lui que pour la clientèle domiciliée ailleurs.

A ce niveau, et avec les produits d'assurance vie, le transfert de fonds de la banque vers la compagnie d'assurance partenaire peut s'avérer très important, voire préjudiciable pour le bilan de la banque. De ce fait, la création d'une filiale assurance ou le contrôle d'une compagnie existante s'avère indispensable.

Pour cette deuxième étape, et contrairement à la première, le versement d'intéressements sous forme de commissions, au personnel qui a contribué à la distribution des produits d'assurance, est plus que nécessaire pour les stimuler et accélérer l'intégration de ces produits. Toutefois, il ne faut pas perdre de vue que le personnel pourra délaisser les produits bancaires pour lesquels il ne reçoit aucun intéressement, d'où la nécessité d'adopter une approche objective évitant tout conflit.

Le succès des produits d'assurance vie à dominante financière, comme nous l'avons présenté précédemment, dépend largement des avantages fiscaux conférés, sans lesquels ces

Chapitre III : Les perspectives du développement de la Bancassurance en Algérie

produits ne risquent pas d'avoir un avenir promoteur. De ce fait, les banques doivent être prudentes, à cet égard, et doivent étudier sérieusement l'opportunité d'un tel investissement, qui sera très consommateur de capitaux, notamment en formation du personnel. ⁴⁰

Conclusion

Décidément, le cadre réglementaire actuel ne facilite pas le développement de la bancassurance, mais il ne l'interdit pas pour autant. Les pouvoirs publics doivent intervenir pour encourager l'essor de la bancassurance eu égard à son utilité économique.

Nous pouvons affirmer que la bancassurance, comme elle est pratiquée de part le monde, est quasi inexistante en Algérie et les quelques cas de coopérations entre banques et compagnies d'assurance ne s'inscrivent nullement dans le cadre de stratégies bancassurance.

Cependant, les banques et les compagnies d'assurance algériennes pourront coopérer davantage pour améliorer leur performance, tout en tenant compte de l'environnement actuel. Les banques peuvent commencer, d'ores et déjà, par la distribution des produits d'assurance constituant le prolongement naturel de leur activité, puis passer à une autre étape et distribuer les produits d'assurance vie à dominante financière. Mais, en tout état de cause, et en notre qualité d'élève, nous nous gardons de nous engager dans une analyse critique, et a fortiori, dans un pronostic sur le futur et l'avenir de la bancassurance en Algérie.

⁴⁰BENNADJI Tahar. *Op.cit*, p.p. 79-80.

La bancassurance est sans nul doute une véritable chance pour le secteur des assurances qui connaît un faible taux de pénétration. Le marché souffre, en effet, de la faiblesse du pouvoir d'achat, mais aussi du manque d'une culture assurance bien ancrée, notamment l'assurance-vie. Pour les banques aussi, la vente des produits de bancassurance ne peut qu'élargir davantage leur gamme de produits, fidéliser leurs clients et surtout assurer la croissance des marges bancaires par des rentrées régulières de fonds.

Le concept de la bancassurance constitue un lien financier entre la banque et l'assurance, dû à la commercialisation des produits d'assurances par les réseaux de distribution traditionnels de l'établissement bancaire. De ce fait, elle est l'un des meilleurs moyens pour le développement du secteur des assurances.

Dans les pays où la bancassurance est un modèle dominant, l'activité de la banque et de l'assurance semblent aujourd'hui être deux métiers intimement liés qui peuvent constituer des facteurs clés de succès de la bancassurance.

L'expérience des pays développés dans le domaine de la bancassurance a démontré que cette dernière est un moyen de production de richesse dans lequel les professionnels de la banque et de l'assurance se sont fermement engagés.

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

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

Aujourd'hui, les banques algériennes connaissent une expansion de leurs produits grâce à l'accord qui a été introduit par le législateur à travers la loi du 20 février 2006, encourageant le rapprochement entre les banques et les compagnies d'assurance. Ainsi, la commercialisation des produits d'assurance par les banques est devenue enfin une réalité. En effet, plusieurs produits d'assurance sont désormais disponibles au niveau des banques.

Le choix de la bancassurance n'est pas un hasard pour les banques algériennes, en effet la vente des produits d'assurance par ces dernières ne peut qu'élargir davantage leurs gammes de produits, fidéliser leurs clients et assurer la croissance des marges bancaires par des rentrées régulières des fonds.

Cependant, il faut noter qu'en Algérie, l'activité de la bancassurance n'est connue que par quelques professionnels du métier, cela peut être expliqué par la quasi-absence de sa

publicité, l'insuffisance de l'information sur les qualités et avantages des produits d'assurance distribués par les banques.

Toutefois, certaines suggestions dans le domaine de la bancassurance peuvent être proposées pour développer la bancassurance en Algérie, en l'occurrence :

- La diversification de la gamme de produits des banques en incluant les produits assurantiels ;
- Informer les citoyens du principe de la bancassurance et ses avantages ;
- Sensibiliser les gens à souscrire des contrats d'assurance via, la presse, la télévision, et les guichets de banque ;
- La révision de la gestion des sinistres ;
- Elargir le support publicitaire à fin de diversifier la formation au personnel ;
- Assurer des formations aux chargés de clientèle des banques pour développer les Métiers de vente incitatifs en assurances de personnes et dommages ;
- Une meilleure densification du réseau bancaire en conformité avec la moyenne mondiale qui avoisine une agence pour 8000 habitants pour améliorer le taux de couverture actuel qui est d'une (01) agence pour 25 000 habitants.

Ce travail nous a permis de connaître un nouvel aspect de la banque et des assurances, nous nous étions arrêté sur un pseudo préjuger à travers ce modeste travail, on a découvert et appris énormément, et ça nous a permis aussi de voir l'aspect humain, certes ça reste toujours dans le but de faire plus de bénéfice, mais au delà y a l'envie de satisfaire la clientèle et de préméditer chacun de leur désir.

I. OUVRAGES

- Bernard DE GRUYSE, *La bancassurance en mouvement*, LARCIER, Bruxelles, 2005.
- BORDERIE (A), LAFITTE (M) : « *La bancassurance stratégies et perspectives en France et en Europe* », édition Revue Banque, France, 2004 .
- DANIEL Jean-Pierre, « *Les enjeux de la bancassurance* », Editions De Verneuil, Paris, 1995.
- DE COUSSERGUES Sylvie, « *Gestion de la banque : du diagnostic a la strategie* », Edition Dunod, 2002.
- EL HAMZI Nissrine, EL MOUMNI Sanaa, QUANDARANE Imane, EL MANSOURI Younes, BAHLOWAN Younes « *les spécificités des banques* » école nationale de commerce et de gestion .
- ELIASHEB Constant, COUILBANLT François, LATRASSE Michel, « *Les grands principes de l'assurance* », 3^{ème} édition, l'argus, 1997.
- HASSID Ali, « *introduction à l'étude des assurances économique* », ENAL, Alger, Algérie, 1989 .
- KEREN Vered, « *La bancassurance* », Ed QUE SAIS-JE ?, Paris, 1997.
- La Banque par O.Pastre (1997), collect° les Essentiels, Milan Edit .
- Lambert DENIS-CLAIR « *économie des assurances* », édition Armand Colin /Masson, paris, 1996.
- Les cahiers Sigma, n°07/2001, Les centres financiers mondiaux : « *nouveaux horizons pour les compagnies d'assurance et les banques* », Edition SwissRe .
- MARJORIE Chevalier, CAROLE launay et BERENGERE Mainguy, « *La Bancassurance* », Éditions Groupe SCOR 2005.
- MIKDASHI Z. « *Les banques à l'ère de la mondialisation* », édition Economica .
- MOSCHETTO Bruno, ROUSSILLON Jean, « *la banque et ses fonctions* », 5^{ème} édition, PUF, 2003, paris.
- POZZANA. Tony « *Gestion du risque& Assurance d'entreprise* ». Numéro 2015-01 de la collection Regard sur la sécurité industrielle, Fondation pour une culture de sécurité industrielle, Toulouse, France. 2015.
- S. DE COUSSERGUES et G. BOURDEAUX, « *Gestion de la banque* », Dunod, 2010 ;
- ZOLLINGER Monique, LAMARQUE Eric, « *Marketing et stratégie de la banque* », Edition Dunod, 4^{ème} édition, 2004.

II. Revues, Articles et Communications

- ABANE Mouloud « *l'ère de la globalisation des services* », revue algérienne des assurances, N°02.
- Article 2019 : « *microcrédit et inclusion financière en Algérie* » Une étude d'impacte.
- BENSAMI Amine, « *Al Baraka Oua Al Amane : L'assurance participatives* », Algerie-Entreprise,Avril /mai 2002-n°3, Ed Diwan, Alger, pp, 32.
- BERANGERL.Mainguy, CHEVALIER. Marjorie et LAUNAY.CAROLE, «*Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde* », Le rapport FOCUS publication de SCOR vie. Paris.2005.
- CNEP News,Numero special BANCASSURANCE : «*La bancassurance, un axe strategique du developpement de la CNEP Banque* ». Revue de la CNEP-Banque, Nouvelle edition, juin2008.
- Fenelon Sara et autres, focus « *La Bancassurance* », septembre 2005, «*La bancassurance dans le monde Quels facteurs de succès pour la bancassurance ?* » .
- OUALINI, Samir, «*Al Rayen Insurance : l'ambition à la clé*», Algérie Entreprise, n°3 - Avril/mai, 2002.
- Revue de l'assurance N°14.
- Revue de l'assurance N°24 / Janvier à Mars 2019-Revue éditée par le conseil national des assurances.
- Revue DIRASSAT - N° d'économie - Université Laghouat - JUIN 2012 ;
- SAÏDANE Dhafer « *les deux modèles de la bancassurance* », la revue : l'expansion, samedi 7 juin 2007 .
- TRAINERP, « *la bancassurance : généralisation ou déclin du modèle* », Revue d'Economie Financière n°53,1999 .
- VALIN Gérard, « *Les trois âges de la bancassurance* », Banque Stratégie, mai 2001 n°182, Banque Editeurs, Paris.
- Zhor Hadjam « *convention algéro-française sur les assurances* », ELWATAN du dimanche 9 mars 2008 .

III. Thèses et Mémoires

- ADGHARA, « *étude analytique d'un financement bancaire cas de la CNEP* », mémoire fin d'étude, licence en science économique, UMMTO, 2009.
- Belkadi Saliha, «*la bancassurance et ses perspectives de son développement en Algérie* » mémoire de magister.

- BENNADJI Tahar, « *Les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie* » mémoire de fin d'études, 2003.
- BENTOUNES Fatima Amel, BEN TAYEB Safia, , « *la bancassurance en ALGERIE cas de la CNEP-banque* », mémoire de fin d'étude 2015.
- C. YAO AYA, « *les nouveaux relais de croissance de la bancassurance* », Thèse de MBA, Ecole Nationale d'Assurance ENASS France, 2011 .
- HADDOUCHE, Souad : « *La pratique de la bancassurance en Algérie* » : Etude exploratoire de la satisfaction des clients, mémoire de fin d'études en sciences commerciales, université Abderrahmane Mira, bejaia.
- KENNOUCHE Adel « *La bancassurance en Algérie, cas de la CNEP-banque* » mémoire de fin de cycle, université de Bejaia, 2015.

IV. RAPPORTS

- Rapport d'activité annuel des assurances en 2009, direction des assurances, ministère des finances.

V. TEXTES REGLEMENTAIRES

- Article 03 du règlement n° 95-06 relatif aux activités des banques et établissements financiers.
- Article 2 de l'arrêté du 6 août 2007.
- Article 2 du décret exécutif n° 07-153 du 22 mai 2007.
- Article 228 de l'ordonnance n° 95-07 modifiée et complétée.
- Article 3 de l'arrêté du 6 août 2007.
- Article 3 du décret exécutif n° 07-153.
- Article 4 de l'arrêté du 6 août 2007.
- Article 5 du décret exécutif n° 07-153.
- Article 6 du décret exécutif n° 07-153.
- Article 7 de l'ordonnance n°95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances.
- Article 72 de la loi n° 03-11 modifié et complété par l'ordonnance bancaire n° 10-04 relative à la monnaie et au crédit.
- Article. 203 de l'ordonnance N° 95- 07 relative aux assurances du 25 janvier 1995.
- L'ordonnance bancaire n° 10-04 du 26/08/2010 modifiant et complétant l'ordonnance bancaire n° 03-11 du 26/08/2003 relative à la monnaie et au crédit.
- Loi 06-04 du 20 février 2006.

VI. Webographie

- Agussou Jacques Gansinhoude IN www.memoireonline.com;
- Elwatan économie du 19 juin 2006 in www.elwatan.com/spip.php;
- http://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_de_la_banque, consulté le 04 /01/2021.
- [http://www.memoireonline.com /05/13/7172/La-bancassurance-une-nouvelle-dynamique-en-marchepour-la-BADR26.html](http://www.memoireonline.com/05/13/7172/La-bancassurance-une-nouvelle-dynamique-en-marchepour-la-BADR26.html).
- <https://fr.m.wikipidia.org/wiki/actuaire>. Consulté le 19/01/2021.
- <https://www.zebank.fr/banques/les-differents-types-de-banques> .consulté le 28/12/2020.
- www.ada-microfinance.org/fr Consulté le 21;
- www.bank-of-algeria.dz Consulté le 21/02/2021.
- www.bank-of-algeria.dz. Consulté le 01/02/2021 ;
- www.bonne-assurance.com. Consulté le 04/01/2021.
- www.cna.dz. Consulté le 19/01/2021.
- www.index-assurance.fr. Consulté le 08/01/2021.

VII. Autres

- Documents internes, CNEP-Banque .

Liste des tableaux et graphiques

<i>Types</i>	Intitulés	Pages
La Liste des tableaux		
<i>Tableau n°01</i>	Historique de la bancassurance	07
<i>Tableau n°02</i>	Les trois âges de la bancassurance en	15
<i>Tableau n°03</i>	Les différences entre le courtier et l'agent général d'assurance	29
<i>Tableau n°04</i>	Europe Les produits d'assurance.	31
<i>Tableau n°05</i>	Comparaison des avantages entre banques et assurances	32
<i>Tableau n°06</i>	Les termes sensiblement équivalents utilisés par les banquiers et les assureurs	33
La liste des graphiques		
<i>Graphique n°01</i>	Les parts de marché en assurance vie par réseau de distribution en Europe (en pourcentage).	16

Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Glossaire

Sommaire

Introduction générale	01
Chapitre I : Genèse et fondement de la bancassurance	
Introduction	04
Section 01 : introduction à la bancassurance	04
I. Origines et définition de la bancassurance	04
I.1. Origines	04
I.2. Définition de la bancassurance.....	05
II. Les raisons d'être de la bancassurance	06
II.1. La proximité des métiers.....	06
II.2. La complémentarité des produits	07
II.3. Le cadre réglementaire	07
II.4. L'introduction de nouveaux produits.....	07
II.5. La fidélisation de la clientèle	07
II.6. La course au fonds propres	08
II.7. La réduction des frais d'intermédiation	08
II.8. Le poids comparatif des réseaux	08
II.9. Le soutien des équipes de marketing à la stratégie de rapprochement de leur banque	08
III. Les formes et stratégies de rapprochement dans la bancassurance	08
III.1. La signature d'un accord de distribution entre la banque et une société d'assurance	09
III.2. La création d'une nouvelle filiale	09
III.2.1 La création d'une filiale d'assurance par la banque	10
III.2.2. Création d'une filiale bancaire par une société d'assurance	10
III.3. Les stratégies de croissance	10
III.4. Les joint-ventures	10
Section02 : La bancassurance, évolution et pratique	12
I. Les trois âges de la bancassurance en Europe.....	13
II. Les facteurs clés du succès de la bancassurance.....	14
Section 03 : Les acteurs de la bancassurance	17
I. La banque	17
I.1. Historique	17
I.1.1. La banque dans l'antiquité	17
I.1.2 La finance italienne et les premières banques	18
I.1.3 L'expansion bancaire depuis le XIXe siècle.....	18
I.1.4 La révolution bancaire à partir 1980	18
I.2. Définition	19
I.2.1. La banque en tant qu'intermédiaire financier	19
I.2.3. La banque en tant qu'établissement de crédit	19
I.2.4. La banque en tant qu'entreprise	19
I.3. Typologie de banque	19
I.3.1. La banque coopérative (banque mutualiste)	19
I.3.2. La banque commerciale	20
I.3.3. La banque publique	20

I.3.4. La banque centrale	20
I.3.5. Banque de dépôt	20
I.3.6. La banque d'affaires	20
I.3.7. Banque d'investissement	21
I.4. Fonction des banques	21
I.4.1. La collecte de ressources	21
I.4.2. La distribution des crédits	21
I.4.3. Les opérations financières	21
I.4.4. Les opérations de trésorerie.....	22
II. L'activité d'assurance	22
II.1. Repères historiques	22
II.1.1. L'assurance maritime dans l'Antiquité	22
II.1.2. Naissance de l'assurance moderne.....	23
II.2. Principes généraux de l'assurance	23
II.2.1. Définition	23
II.2.2. Le contrat d'assurance	24
II.2.3. L'assurabilité des risques.....	24
II.3. Le rôle des assurances.....	25
II.3.1. Rôle social.....	25
II.3.2. Rôle économique	25
II.3.3. Le rôle financier de l'assurance	26
II.3.4. Rôle de prévention	26
II.4. Les acteurs du marché des assurances	26
II.4.1. Les compagnies d'assurance	26
II.4.2. Les intermédiaires d'assurances	26
II.4.2.1. Les agents généraux d'assurances	27
II.4.2.2. Les courtiers	27
II.4.2.3. Les experts	28
II.4.2.4. Les actuaires	28
II.4.2.5. Les produits d'assurance	29
III. Le rapprochement entre les deux activités	29
III.1. La relation entre les deux métiers.....	29
III.1.1. Des intermédiaires financiers dans l'économie	29
III.1.2. La place de l'épargne dans les produits d'assurance et de banque.....	30
III.2. Les motivations de rapprochement.....	31
III.2.1. La désintermédiation financière	31
III.2.2. La déréglementation	31
III.2.3. La mondialisation	32
III.2.4. Les avances technologiques.....	32
III.2.5. Le développement de l'épargne assurance	32
Section 04 : Les produits distribués par les bancassurances.....	33
I. Les produits constituant le prolongement des opérations bancaires	33
I.1. Les produits d'assurance liés aux crédits	34
I.1.1. Le temporaire décès	34
I.1.2. La garantie liée à un découvert	34
I.2. Les produits d'assurance liés aux dépôts	35
I.3. Les produits d'assurance liés aux instruments de paiements	35
II. Les produits d'épargne à forte dominante financière	35
II.1. Les produits complexes.....	35
II.2. Les produits simples	36

III. Les produits de prévoyance	36
III. Les produits d'assurance de dommages	37
III. Les produits packagés.....	37
Conclusion	38

Chapitre II : Les enjeux de la bancassurance

Introduction	39
Section 01 : Les enjeux de la bancassurance pour les banques	39
I. Les apports de la bancassurance pour les banques.....	39
I.1. La rentabilité	39
I.2. L'effet de taille de la gamme.....	39
I.3. La fidélisation de la clientèle	40
I.4. Le renforcement des fonds propre.....	40
I.5. Un moyen de diversification	40
III. Les limites de la bancassurance pour les banques	40
II.1. La cannibalisation des produits bancaires	40
II.2. les risques sur l'image de la banque	40
II.3. La divergence de cultures commerciale.....	41
II.4. la formation du personnel	41
Section 02 : Les enjeux de la bancassurance pour les compagnies d'assurance	44
I. les apports de la bancassurance pour les compagnies d'assurances.....	44
I.1. L'accès à une large clientèle	44
I.2. une meilleure appréciation des risques	44
I.3. Le renforcement des fonds propres	44
I.4. L'amélioration de la rentabilité	45
I.5. Réduction des coûts.....	45
II. Les limites et les inconvénients de la bancassurance pour les compagnies d'assurance	45
II.1. le transfert du centre de décision	45
II.2. le traitement des sinistres et la sélection des risques	46
II.3. le secret bancaire	46
Section 03 : Les enjeux de la bancassurance pour les clients	47
I. L'amélioration de la qualité des prestations.....	47
I.1. La commodité d'accès	47
I.2. L'amélioration de l'offre	47
I.3. L'amélioration du service après vente	47
II. Une meilleure rentabilité des placements	47
Section 04 : Les enjeux de l'inclusion financière.	48
I. Définition de l'inclusion financière	48
II. L'importance de l'inclusion financière et ses objectifs	49
III. mode opératoire	50
IV. La micro-finance	50
Conclusion	51

Chapitre III : Les Perspectives de développement de la Bancassurance en Algérie.

Introduction	52
Section 01 : cheminement vers la bancassurance	52
I. Le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie	52
I.1. La bancassurance selon la réglementation bancaire	53
I.2. La bancassurance selon la réglementation assurancielle.....	54
I.3. Conditions et dispositions de la bancassurance	55
I.3.1. Les conditions de distribution	55
I.3.2. Les dispositions	56
II. Etat des lieux du marché de la bancassurance en Algérie	57
II.1. Aperçu sur les liens capitalistiques entre banques et compagnies d'assurance	57
II.2. Un marché de bancassurance embryonnaire	58
II.2.1. La bancassurance à la CNEP-Banque	58
II.2.2. Le cas de Rayan Bank	58
II.2.3. La Banque Al Baraka d'Algérie : Une expérience inédite	58
II.2.4. L'assurfinance à la CNMA	59
Section 02 : Le potentiel qui favorise la bancassurance	60
I. Sur le plan micro	60
I.1. L'amélioration de la rentabilité	61
I.2. L'avantage concurrentiel	61
I.3. Couverture plus large du territoire	62
II. sur le plan macro économique	62
II.1. Enrichir l'offre et développer les assurances vie	62
II.2. Contribution à l'accumulation du capital et financement institutionnel.....	63
II.3. Le maintien d'un service de proximité.....	63
II.4. Satisfaire au mieux la clientèle	63
II.5. Remédier aux défaillances du système de retraite	64
II.6. Le maintien de l'emploi	64
II.7. Une meilleure efficacité	64
II.8. Un moyen d'accroître le taux des assurances dans le PIB.....	64
Section 03 : Les produits de bancassurance pour l'Algérie.	65
I. Stratégie de rapprochement	65
II. Les produits à lancer et la stratégie de lancement	66
II.1. La première étape	66
II.1.1. le choix des produits	66
II.1.2. La communication et le marketing liés aux produits	67
II.1.3. Les relations banque/compagnie d'assurance.....	67
II.2. La deuxième étape	68
Conclusion.....	69
Conclusion générale	70
Bibliographie	
Liste des illustrations	
Résumé	

Résumé

Les mutations financières des années 1980 ont incontestablement créé un environnement plus concurrentiel, modifiant ainsi la conjoncture d'exercice des différents acteurs de la finance.

Les banques comme acteur principal dans le secteur financier, ont été touchées profondément par ces mutations qui ont eu des effets considérables sur la structure et la nature de l'activité réalisée par les banques, afin de contenir ces effets les banques sont contraintes de rechercher de nouvelles activités en vue de répondre aux nouvelles exigences du marché et de garder leur pérennité.

C'est dans cette perspective que les banques se sont rapprochées des compagnies d'assurance pour la création de partenariat, donnant naissance à un nouveau métier dit de bancassurance.

Mots clés : Bancassurance, Banque, Assurance, Inclusion Financière.

Abstract

The 1980 financial mutations have unquestionably creates a more competitive environment, hereby changing the conditions for the exercise of the various actors in finance.

Banks as main actors in the financial sector have been effected deeply by these mutations, which have considerable effects on the structure and nature of the activity carried out by banks, in order to contain these effects banks are forced to find new activities to meet the new requirements of the market and keep their sustainability.

It is in this perspective that the banks must be closer to insurance companies for the creation of partnership, giving birth to a new trade said bancassurance.

Keys word: Bancassurance, Bank, Insurance, Financial Inclusion.



Introduction générale





Conclusion générale





Bibliographie



Chapitre I

Genèse et fondements de la bancassurance

Chapitre II

Les enjeux de la bancassurance

Chapitre III

Les perspectives du développement de la bancassurance en Algérie



Table des matières





Liste des illustrations

