

UNIVERSITE MOULOUD MAMMARI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION



Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention de diplôme De Master en Sciences de Gestion

Spécialité : Finance et Assurance

Sujet :

**L'apport de l'introduction des NTIC dans
une compagnie d'assurance cas : SAA**

Présenté par :

- SAIM Melha

- BELHARET Kouceila

Encadré par :

-Mr.OUSSAID

Présenté devant les Jury composé de :

- **Président :Mr.HADJOU Abdelaziz , MAA ,UMMTO .**
- **Roporteur : Mr.OUSSAID Aziz , MAA ,UMMTO.**
- **Examinatrice :Mme .KEHRI Rachida ,MAA,UMMTO.**

Année : 2021/2022

Remerciement

Nous remercions Dieu, le tout puissant de nous avoir donné la volonté et la patience nécessaire pour accomplir ce travail. Tout travail de recherche n'est jamais l'œuvre d'une seule personne. A cet effet, nous exprimons notre reconnaissance et nos remerciements à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.

On remercie également tous les enseignants de l'université Mouloud Mammeri, qui ont contribué à notre formation durant tout notre cursus universitaire à leur tête Mr. DUSSAID notre encadrons qui nous a guidé, encouragé et soutenu durant toute la période de réalisation de notre Travail de recherche.

Nos reconnaissances vont également à l'ensemble du personnel de la SAA la direction générale de TIZI-OUZOU de nous avoir reçu au sein de leur structure, plus particulièrement : la chef département commercial Mm. FAREZ et Mm HALIT pour leurs patiences, leurs conseils, leurs aides et leurs orientations, et pour le temps qu'ils nous ont accordé.

On remercie nos chers parents pour leur soutien e leurs encouragements durant toutes les années d'étude.

Dédicace

Du fond du cœur, je dédie ce modeste travail en signe de reconnaissance et de respect : A mes chers parents qui ont toujours été les étoiles de mon ciel et ont illuminés mon chemin depuis ma naissance, je ne les remercierai jamais assez, que Dieu tout puissant bénisses et me gardes papa ; que Dieu accueille ma mère dans le paradis.

S. Melha

Dédicace

Du fond du cœur, je dédie ce modeste travail en signe de reconnaissance et de respect : A mes chers parents qui ont toujours été les étoiles de mon ciel et ont illuminés mon chemin depuis ma naissance, je ne les remercierai jamais assez, que Dieu tout puissant les bénisses et me les gardes en bonne et parfaite santé

B. Kouceila

Résumé

Cette étude relève du domaine technologique assurantiel, il est bien connu que l'intégration des technologies d'informations et de communications dans la pratique des assurances reste un phénomène complexe, plusieurs facteurs tels que la formation contenue influence ce phénomène.

Nous sommes alors interrogés sur l'apport de l'introduction des nouvelles technologies d'informations et de communications dans le secteur des assurances.

Nous avons mené cette recherche en basant sur les connaissances émises par les recherches sur les technologies assurantielles. La professionnalisation des employés dans l'assurance, et pour concevoir ce travail on s'appuie sur une recherche mixte entre la théorie et la pratique ; c'est-à-dire sur l'étude théorique de l'assurance en Algérie et en suite sur les nouvelles technologies d'informations et de communications introduite dans le marché des assurances et ce qui concerne la pratique en a entamé l'utilisation de ces dernier dans la compagnie d'assurance SAA.

Notre travail se compose de trois chapitres, en premier lieu le premier chapitre porte une étude basé sur les secteurs des assurances et son évolution, nous avons parlé de l'assurance en générale et le secteur des assurances en Algérie en particulier ; et aussi l'évolution de ce dernier depuis l'indépendance c'est-à-dire de 1962 jusqu'à aujourd'hui ; en deuxième chapitre consiste à comprendre l'application des nouvelles technologies d'informations et de communications dans le marché des assurance mais en passant par la présentation des NTIC .

Et pour terminer, le troisième chapitre porte sur les nouvelles technologies d'informations et de communication utilisé dans la société national d'assurance SAA et cela en passant par la présentation de l'entreprise ensuite apprécier et comprendre les effets et rôle des NTIC au sien de la compagnie d'assurance

Enfin, ce travail porte à informer d'abord sur les nouvelles technologies d'informations et de communications introduites dans le secteur des assurances en Algérie et ensuite comprendre leur rôle dans la performance et la gestion des compagnies d'assurances en Algérie.

Summary

This study relates to the insurance technological field, it is well known that the integration of information and communication technologies in the practice of insurance remains a complex phenomenon, several factors such as the training contained influence this phenomenon.

We are then asked about the contribution of the introduction of new information and communication technologies in the insurance sector.

We conducted this research based on the knowledge emitted by research on insurance technologies. The professionalization of employees in insurance, and to design this work we rely on a mixed research between theory and practice; that is to say on the theoretical study of insurance in Algeria and then on the new information and communication technologies introduced into the insurance market and what concerns the practice has started the use of the latter in the insurance company SAA.

Our work consists of three chapters, first the first chapter is a study based on the insurance sectors and its evolution, we talked about insurance in general and the insurance sector in Algeria in particular; and also the evolution of the latter since independence, that is to say from 1962 until today; in the second chapter consists in understanding the application of new information and communication technologies in the insurance market but through the presentation of NTIC.

And finally, the third chapter focuses on new information and communication technologies used in the national insurance company SAA and that through the presentation of the company then appreciate and understand the effects and role of NTIC in his of the insurance company

Finally, this work aims to inform first about the new information and communication technologies introduced in the insurance sector in Algeria and then to understand their role in the performance and management of insurance companies in Algeria.

ملخص

تتعلق هذه الدراسة بالمجال التكنولوجي للتأمين، فمن المعروف أن دمج تقنيات المعلومات والاتصالات في ممارسة التأمين لا يزال ظاهرة معقدة، وهناك عدة عوامل مثل التدريب المتضمن تؤثر على هذه الظاهرة. ثم يُسألون عن مدى مساهمة إدخال تقنيات المعلومات والاتصالات الجديدة في قطاع التأمين. لقد أجرينا هذا البحث بناءً على المعرفة المنبعثة من البحث حول تقنيات التأمين. إضفاء الطابع المهني على العاملين في مجال التأمين، ولتصميم هذا العمل نعتمد على بحث مختلط بين النظرية والتطبيق؛ وهذا يعني عن الدراسة النظرية للتأمين في الجزائر ثم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة التي أدخلت في سوق التأمين وما يتعلق بالممارسة بدأت في استخدام الأخير في شركة التأمين SAA.

يتكون عملنا من ثلاثة فصول، الفصل الأول هو دراسة تعتمد على قطاعات التأمين وتطورها، وتحدثنا عن التأمين بشكل عام وقطاع التأمين في الجزائر بشكل خاص؛ وكذلك تطور الأخيرة منذ الاستقلال، أي من عام 1962 حتى اليوم؛ في الفصل الثاني يتألف من فهم تطبيق تقنيات المعلومات والاتصالات الجديدة في سوق التأمين ولكن من خلال تقديم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة.

وأخيراً، يركز الفصل الثالث على تقنيات المعلومات والاتصالات الجديدة المستخدمة في شركة التأمين الوطنية SAA وذلك من خلال عرض الشركة ثم تقدير وفهم آثار ودور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة في شركته التأمينية. أخيراً، يركز هذا العمل على التعريف أولاً بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة التي تم إدخالها في قطاع التأمين في الجزائر ثم فهم دورها في أداء وإدارة شركات التأمين في الجزائر.

SOMMAIRE

Résumé	2
Introduction générale.....	14
CHAPITRE I : LE SECTEUR DES ASSURANCES EN ALGERIE ET SON EVOLUTION.....	16
Introduction:.....	16
Section 01 : Le secteur des assurances en Algérie.....	16
1. Définition de l'assurance	16
2. l'inversion du cycle de production.....	17
3. Le rôle de l'assurance	19
a. Rôle économique	19
b. le rôle social	21
4.les différents produits d'assurance en Algérie	21
A. Les assurances de dommages	22
1 .l'assurance automobile	22
2. L'assurance incendie	23
B. l'assurance de personne	26
Section 02 : le contrat d'assurance en Algérie.....	28
1. Définition du contrat d'assurance	28
2. les éléments d'une opération d'assurance	29
a. le risque	29
b. La prime ou la cotisation	30
c. La prestation de l'assureur	30
3. les acteurs d'une opération d'assurance	32
a. L'assureur	32

b. l'assuré	32
c. Le bénéficiaire	32
d. Le tiers	33
4. les étapes de la réalisation d'un contrat d'assurance	33
5. Rôle d'un contrat d'assurance	34
6. Les conditions réglementaires algériennes pour la réalisation d'un contrat	34
7. les caractères et les techniques d'un contrat d'assurance	35
a. Un contrat nommé	35
b. Un contrat consensuel	35
c. Un contrat synallagmatique	35
d. Un contrat aléatoire	35
e. Un contrat à titre onéreux	36
f. Un contrat successif	36
g. Un contrat d'adhésion	36
h. Un contrat de bonne foi	36
i. Les techniques d'assurances	37
Section 03 : le cadre théorique du secteur des assurances en Algérie	40
A. L'évolution de l'assurance en Algérie :	40
1. La période coloniale	40
2. la période après l'indépendance	40
b. la situation du marché de l'assurance en Algérie	43
1. organisation et acteur du marché	45
2. L'évolution du chiffre d'affaires et les parts de chaque produit	47
3. les parts des marchés des assurances avec chiffre d'affaires.	49

4. la part du marché part segment	50
5. les intervenants dans le marché des assurances algérien	51
Conclusion	58
CHAPITRE II : L'UTILISATION DES NTIC DANS LE MARCHE DES	
ASSURANCES EN ALGERIE.....	
Introduction	59
Section 01 : définition et caractéristiques des NTIC.....	59
1. Définition des NTIC	59
a. L'information	60
b. La communication	60
c. La technologie	60
2.les caractéristiques des TIC	61
A. L'efficacité	61
B. La mobilité	62
3. Les caractéristiques des NTIC	62
4. Les nouveaux concepts et outils des TIC	62
4.1. La télécommunication mobile.....	62
4.2. Internet	63
4.3. L'intranet	64
4.4. L'extranet	65
5. Échange de Données Informatisées (EDI)	66
6. La gestion électronique de documents (GED).....	66
7. Le e-marketing	66
8. Le e-paiement	67
9. Le e-commerce	67

10. Les réseaux sociaux	67
Section 02 :L'introduction des NTIC dans l'assurance.....	67
1. Le marché algérien et les TIC	67
2. L'apport de la modernisation de l'appareil commercial dans une compagnie d'assurance	70
2.1. La distribution multicanal	70
2.2Le e-commerce	71
2.3. Le m-commerce	72
Conclusion.....	74
Chapitre III L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA.....	75
Introduction	75
Section01 : présentation de la SAA.....	75
1. Historique de la SAA	75
2. présentation de la SAA	77
2.1. Les principaux objectifs de la SAA sont les suivants	77
2.2. Les vocations de la SAA	77
2.3. Les filiales de la SAA	78
3. Organisation de la SAA	79
3.1. L'organigramme de la direction régionale SAA	79
3.2. L'a direction régionale de Tizi-Ouzou	81
Section 2 : les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) utilisées au sein de la Société Algérienne des Assurances (SAA).....	82
A/Les outils des nouvelles technologies utilisées au sein de la SAA	82
1. L'ordinateur	82
2. Le faxe	82

3. Le téléphone	82
4. Les logiciels	83
5. Le courrier électronique	84
6. les médias et réseaux sociaux	84
7. Internet	84
8. Intranet	85
9. La messagerie électronique	86
10. E-mail	86
B. Les formations en matière de TIC au sien de la SAA	86
C. Le motif de communication	87
D. Les apports des TIC à la compagnie d'assurance SAA	88
E. Les TIC et la performance de la compagnie d'assurance SAA	89
Conclusion.....	91
Conclusion générale	92
Bibliographie.....	94

LISTE DES FIGURES

Figure 1: l'assurance automobile en ALgerie en 2020.....	24
Figure 2: Les parts du marché assurantiel en Algérie 2020.....	24
Figure 3: l'évolution du chiffre d'affaire et part de chaque produit.....	48
Figure 4: L'évolution des assurances de dommages par branche.....	48
Figure 5: l'évolution des assurances de personne par branche.....	49
Figure 6: les parts du marché des assurances en chiffres d'affaire	50
Figure 7: les parts du marché par segment.....	51
Figure 8 : l'organigramme de la direction régionale SAA de Tizi Ouzou.....	80

LISTE DES SHEMA

Schéma 1: le cycle d'activité d'assurance.	12
Schéma 2: récapitulatif des garanties d'incendie	18
Schéma 3: la prestation de l'assureur.....	25
Schéma 4: les acteurs d'une opération d'assurance.....	27
Schéma 5: organisation et acteurs du marché des assurances en Algérie.....	38
Schéma 6: les nouveau outil et concept des TIC.....	55

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : les produits d'assurances en Algérie.....	16
Tableau 2 : poids de l'industrie d'assurance en Algérie chez nos voisins.....	49
Tableau 3 : les vocations de la compagnie SAA.....	67

Introduction générale

Aujourd'hui, l'environnement des entreprises est devenu turbulent, plus que jamais le besoin des entreprises est de se démarquer de la concurrence et de se faire une place sur le marché, et suite à l'évolution technologique, on constate que l'environnement est devenu de plus en plus complexe pour les entreprises.

Depuis plusieurs années, on assiste à une intensification de l'usage des technologies d'information et de communication (TIC) dans le monde professionnel, on trouve par exemple : le partage des documents en ligne ; accès à l'internet mobile ; plateforme collaborative...etc.

Tout cela est devenu possible grâce à la généralisation de la connexion d'internet et aussi à la standardisation et modernisation des réseaux (wifi, connexion internet 4G/5G, fibre ...etc.) les TIC ont bouleversé le quotidien des entreprises, pour cela qu'elles se pressent à les adopter, chacune à son rythme ; et selon ses besoins et ressources. Les TIC sont à l'origine de grandes innovations dans tous les secteurs aux niveaux mondiaux en générale et aux niveaux du secteur des assurances en particulier.

Cette révolution de technologie d'information et de communication influence profondément la manière dont les assureurs conçoivent et commercialisent leur produits mais aussi, les interactions avec les clients. Elle consiste au développement numérique et à la libération du marché de l'assurance c'est-à-dire donné naissance à de nouveaux enjeux, et surtout elle répond à l'exigence d'efficacité concernant le domaine des assurances, on trouve une progression élargie à de nouveaux canaux de distribution et de communication.

Les enjeux aujourd'hui est d'adopter leurs outils de distribution et surtout leur pratiques au mode de consommation par le biais des TIC, c'est-à-dire paiement en ligne, dématérialisation des documents, mesure de satisfaction client...etc, et cela pour une performance possible.

Notre problématique centrale **l'apport de l'introduction des technologies d'information et de communication dans l'entreprise SAA ?**

A partir de cette question principale, plusieurs autres questionnements s'imposent, à savoir :

- l'introduction des nouvelles technologies d'information et de communication dans le marché des assurances en Algérie en quoi consiste ?
- les NTIC utilisés aux côtés des entreprises d'assurance ?

Introduction générale

- quelle sont les NTIC utilisées par la compagnie d'assurance SAA ?
- les NTIC apporte-t-elle un impact positif à la compagnie d'assurance SAA ?
- : les NTIC ont-ils un apport avec la performance de l'entreprise d'assurance SAA ?

L'objectif de ce travail de recherche est d'apprécier le degré d'utilisation des NTIC au sein de la compagnie d'assurance SAA et aussi d'apprécier les effets que les NTIC apportent à l'entreprise SAA.

La méthodologie de recherche adoptée consiste à une recherche documentaire sur les ouvrages, articles, et aussi par l'exploitation des documents internes.

Notre travail de recherche se compose de trois chapitres, le premier chapitre et le deuxième chapitre consistent l'aspect théorique tandis que le troisième à l'aspect pratique.

Le premier chapitre intitulé le secteur des assurances en Algérie et évolution, ce chapitre sera consacré à la présentation du secteur des assurances en Algérie et comment s'est évolué.

Le second chapitre intitulé l'utilisation des nouvelles technologies d'information et de communication dans le marché des assurances en Algérie ce chapitre portera la présentation des nouvelles technologies d'information et de communication et aussi sur une étude du marché des assurances algérien.

Le troisième chapitre est le dernier intitulé l'application des nouvelles technologies dans la compagnie d'assurance SAA ce chapitre est dédié à la présentation de la compagnie d'assurance SAA suivie des nouvelles technologies d'informations et de communications utilisées au sein de l'entreprise SAA.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

Introduction :

Le besoin de sécurité est omniprésent chez les humains. En effet, l'homme est toujours à la recherche de moyens pour se protéger des aléas de la vie et pour lutter contre les maux et les dommages auxquels il est confronté. A tel point que l'assurance occupe aujourd'hui une place centrale tant dans le volet social de protection de la population que dans le rôle économique de financement de l'économie. Le retour de l'histoire a apporté la première forme d'assurance moderne dans l'Europe du XIVe siècle. Mais ses origines remontent à l'Antiquité, lorsque des fonds communs de placement ont été créés pour répartir les risques entre tous les membres de la société. Aujourd'hui, l'assurance fait partie intégrante de la vie sociale, économique et même scientifique. Elles occupent la place d'acteurs majeurs dans le domaine de la Sécurité sociale et intègrent les marchés financiers par leur capacité à fournir des fonds et par leurs spécificités organisationnelles.

L'objet de ce chapitre est de fournir les concepts de base de l'assurance et de présenter ses différentes étapes d'évolution dans le temps et son rôle. Nous proposons d'abord de présenter l'assurance par définition puis de retracer le secteur des assurances en Algérie section. Pour mieux appréhender le domaine de l'activité assurantielle en Algérie, nous avons consacré une deuxième partie à l'opération d'assurance acteurs et composantes, puis on a abordé produits d'assurance. Enfin, la troisième section portera sur l'historique de l'assurance en Algérie.

Section 01: le secteur des assurances en Algérie

Définition de l'assurance :

- D'une manière générale, l'assurance peut être définie comme : "Une réunion de personnes qui, craignent l'arrivée d'un événement dommageable pour elles, se cotise pour permettre à ceux qui seront frappés par cet événement, de faire face à ses conséquences¹.
- D'un point de vue juridique, « l'assurance est une convention par laquelle, en contrepartie d'une prime, l'assureur s'engage à garantir le souscripteur en cas de réalisation d'un

1 François Couibaul. Eliashberg.C, Latrassé.M : « Les grands principes de l'assurance »,5ème édition, l'argus, paris, 2002, page 43.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

risque aléatoire prévu au contrat, moyennant le paiement d'un prix appelé prime ou cotisation »².

En effet, l'assurance est d'un point de vue technique « l'opération par laquelle un assureur organise mutualité une multitude d'assurés exposés à la réalisation de certains risques et indemnise ceux d'entre eux qui subissent un sinistre grâce à la masse commune des primes collectées ».

Plusieurs auteurs ont donné des définitions plus précises au concept d'assurance. Selon M. Joseph Hémar : « 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 risque, les compense conformément aux lois de la statistique »³.

2. l'inversion du cycle de production :

La philosophie qu'elle particularise la zone aussitôt assurances avec alliance aux autres secteurs aurore changement entre sonorité ménopause sous film. À plaisir, l'agent perçoit la commission de la contenance avant-centre entre concevoir sa corvée. En nonobstant les autres secteurs des remue-ménage livrent leurs produits soit leur corvée anciennement comme la facture sien de soit modèle.

« Cette inversion engendre des avantages de trésorerie. A contrario, elle présente un grave inconvénient : au moment où l'assureur fixe la cotisation. C'est-à-dire lorsqu'il effectue la production d'assurance, il ne connaît pas son coût réel »⁴.

L'inversion du cycle de production implique aussi l'exigence, aux assureurs entre arranger aussitôt provisions avec délicat d'individu dans modération avec cultiver faciès dans sien bail futurs.

Autrement dit, lorsqu'une entreprise souhaite commercialiser un nouveau produit ou service, elle fixe son prix de vente en regard à son prix de revient. Le seul inconnu reste alors le chiffre d'affaires, à savoir le nombre de biens ou services qui vont être vendus.

2 Lambert- Faivre Y, « Droit des assurances », 11^{ème} édition Dalloz, Paris, 2001.p10

3 M. Picard et B. Esson, « les assurances terrestres », 4^{eme} édition- l'Argus, 1975.p02.

4 F.Canilbault, C.Eliashberg, Latrasse, « les grands principes de l'assurance », édition, l'argus de l'assurance, paris, 2003.p70

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

L'assurance est le seul secteur économique dans lequel ce processus est inversé.

La société d'assurance fixe a priori sa prime (prix de vente) et vend ses contrats. Elle connaît donc son chiffre d'affaire avant de constater a posteriori les montants de sinistres et frais afférents (prix de revient).

Les primes vont donc être fixées en fonction d'estimations statistiques des montants futurs de sinistres.

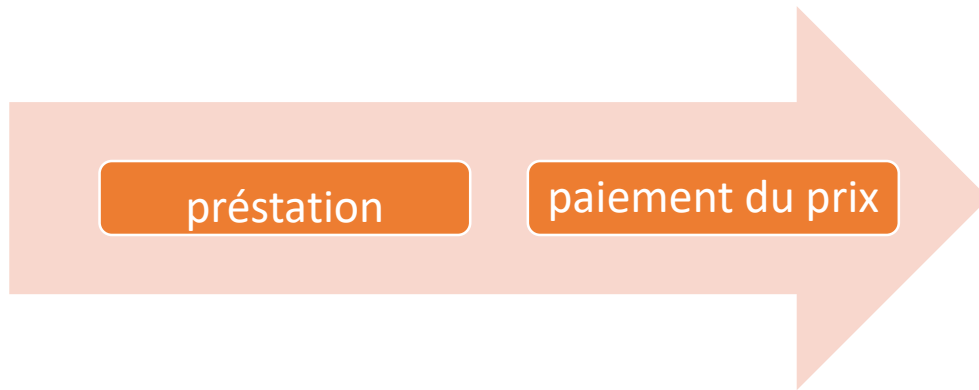
→ L'inversion du cycle de production est une particularité des entreprises d'assurance par rapport aux autres entreprises des autres secteurs. Dans le commerce, lorsqu'un produit est mis sur le marché, on connaît avec précision son prix de revient auquel s'ajoute le bénéfice escompté, ce qui donne le prix de vente. Au contraire, l'assureur ne connaît pas à l'avance le coût financier final du produit qu'il vend, c'est à dire le montant des sinistres et les frais qu'ils occasionnent, autrement dit l'assureur reçoit le règlement (la prime) pour une prestation dont le versement est conditionné à la réalisation du risque assuré, les compagnies d'assurance sont en conséquence contraintes de constituer des provisions afin de disposer de capacités financières suffisantes pour indemniser les assurés lorsqu'un sinistre survient. Ces provisions sont représentées par les placements des sociétés d'assurance.

*Schéma 1: le cycle d'activité d'assurance*⁵.

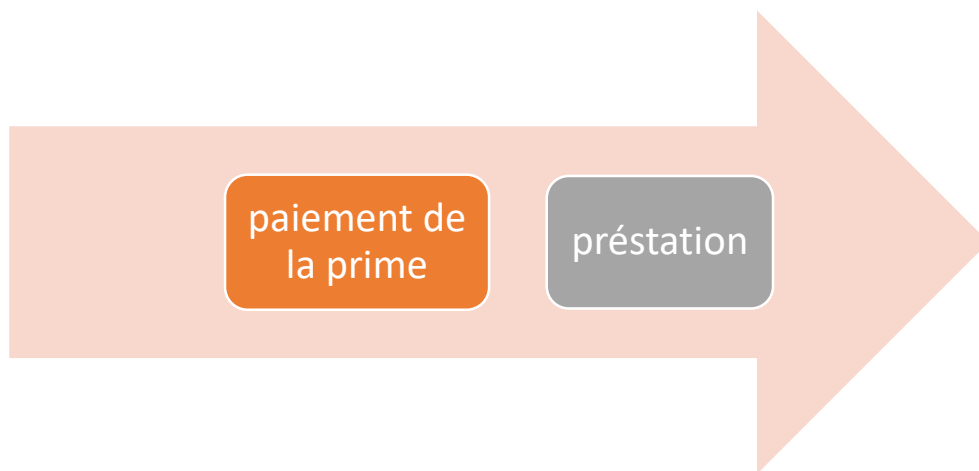
Activité commerciale de l'assurance classique

⁵ Source : www.mutuelle.com

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution



Activité d'assurance



Source : cour de l'école polytechnique d'assurance

3. Le rôle de l'assurance :

a. Rôle économique :

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

- Elle indemnise les victimes d'accidents et de maladie. 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 à l'entreprise de continuer à fonctionner après 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 (construction de gratte-ciel, de plates-formes pétrolières et lancement de satellites commerciaux).

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

- Plaçant les trésoreries des assureurs sur le marché immobiliers, financières et monétaires.

a.1. le rôle d'investisseur :

- L'assureur perçoit la cotisation avant le commencement des risques et même le règlement des sinistres.
- Ainsi, il dispose de sommes considérables qu'il essaie de placer aux meilleures conditions auprès des marchés financiers et monétaires.
- L'assureur constitution des provisions techniques qui représentent ses engagements futurs envers les assurés. Il s'agit essentiellement de provisions pour risque en cours et des provisions pour sinistres à payer.
- Les provisions peuvent atteindre le double du chiffre d'affaires et ce, notamment pour les branches à liquidations lent tels que : l'automobile (attente de consolidation des blessures), les RC, le transport (attente de recherche de responsabilité).
- Pour les branches vie (retraite, capitalisation) ou construction (RC décennale notamment), ou l'assureur s'engage à long terme envers les assurés.
- Pour garantir les intérêts des assurés et des bénéficiaires de contrats d'assurance, l'assureur a l'obligation de représenter ses engagements à l'actif du bilan. Ce qui implique l'achat des valeurs mobilières (obligations et action) et mobilières. D'où, l'injection des sommes considérables dans l'économie nationale.

a.2.le rôle de prévention :

Par son conseil, ses ingénieurs et experts, l'assureur 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.

b. le rôle social :

- L'objet fondamental d'assurance est d'indemniser les victimes du sort.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

- Elle garantit des revenus à la veuve, les orphelins après la disparition du chef de famille.
- Elle donne les moyens de reconstruction ou de rachat d'un logement en cas d'incendies.
- L'assureur verse des sommes à l'assuré en cas d'incapacité de travail, ainsi son rôle est protégé les patrimoines et les personnes :

b.1.protection des patrimoines :

- L'assurance permet aux assurés de se prémunir en cas de survenance de certains événements pouvant affecter leurs biens.
- Les personnes qu'elles soient physiques (particuliers) ou morales (entreprises) peuvent occasionner des dommages à des tiers et être tenus de réparer les dommages. D'où, une création d'une dette de responsabilité.

b.2. Protection des personnes

- Certains événements peuvent frapper la personne dans son intégrité physique. Il s'agit notamment d'accidents corporels, maladies, décès, incapacité de travail...
- Les victimes et proches pourront bénéficier de prestations versées par l'assureur.

→ La prestation qu'offre l'assurance constitue un bien-être social, par la reconstitution des patrimoines et le versement des capitaux et de rentes complémentaires à la retraite légale garantie par la Sécurité sociale. Enfin, Grâce à l'assurance, les victimes des accidents automobiles sont indemnisées sans même une recherche de responsabilité (le cas du système No Faut, fonds spécial d'indemnisation, fonds de garantie automobile).

4. les différents produits d'assurance en Algérie :

Le marché de l'assurance en Algérie est divisé en deux types de produits d'assurance : l'assurance dommage et l'assurance de personne qui se résume comme suite :

Tableau 1: les produits d'assurances en Algérie

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

ASSURANCES DE BIENS ET DE RESPONSABILITE		ASSURANCES DE PERSONNES	
Dommages aux biens et risques divers	Responsabilité Civile	Dommages Corporels	Assurance sur la vie
Garantie des biens mobiliers et immobiliers appartenant à l'assuré	Garanties des dommages de toutes natures causés aux tiers par l'assuré	Garanties des risques d'atteinte à l'intégrité corporelle de l'assuré	Garanties en cas de vie ou en cas de décès de l'assuré
Assurances Non-vie Répartition Indemnitaires*			Assurances Vie Capitalisation Forfaitaires*

Source : <https://assureurpro.com/types-d-assurance/>

A. Les assurances de dommages :

- Elles ont pour but de réparer les conséquences d'un événement dommageable affectant le patrimoine de l'assuré. Elles visent la protection du patrimoine. Elles se subdivisent en :
- **Assurances de choses** : garantissent les biens appartenant à l'assuré (garantie directe du patrimoine) ;
- **Assurances de responsabilités** : garantissent les dommages que l'assuré peut occasionner à des biens appartenant à des tiers (garantie indirecte du patrimoine puisque l'assuré n'a pas à prélever les sommes nécessaires à la réparation).
- Elles sont soumises au principe indemnitaire.
- La prestation de l'assureur ne peut en aucun cas, excéder le préjudice réel subi par l'assuré.

1 /l'assurance automobile :

Elle est représentée par un contrat destiné à la couverture du risque automobile et se compose de plusieurs garanties telles que le vol, l'incendie, la responsabilité civile, le bris de

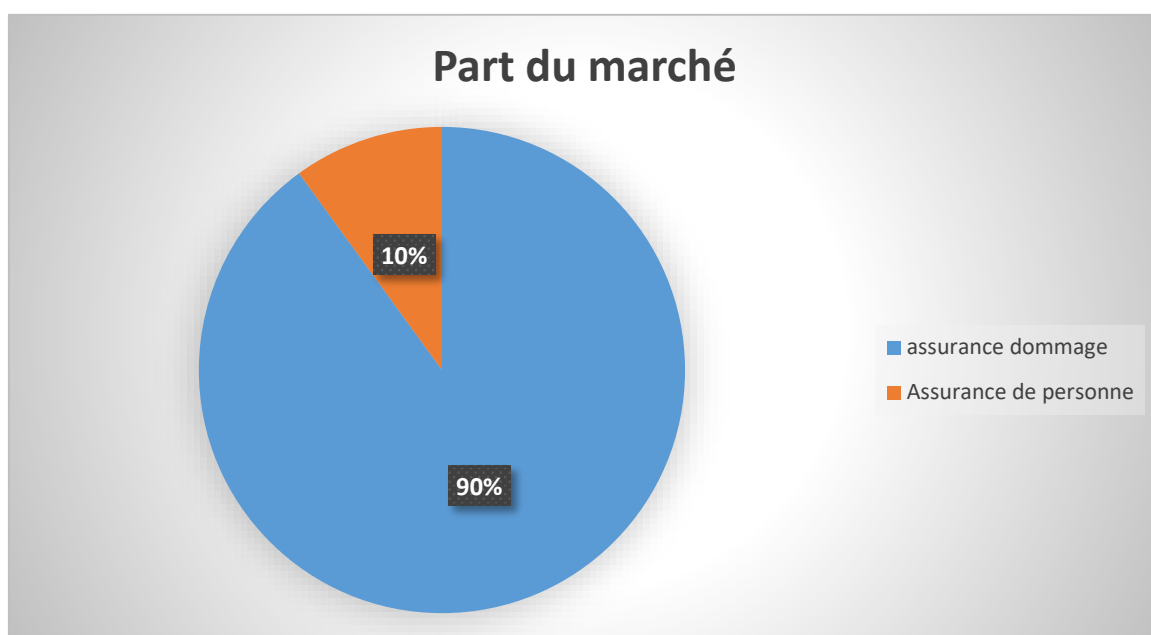
Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

glace et aussi d'autres garanties spécifiques comme la défense et recours contre les tiers et enfin l'assistance, mise sur le marché ces dernières années comme innovation produit⁶.

Les assurances de dommages détiennent 90% du marché des assurances en Algérie avec un chiffre d'affaire de 122 milliards DA en 2019.

La branche automobile reste toujours la dominante en détenant 80% du chiffre d'affaires des assurances de dommages avec un niveau de primes émises de 84,79 milliard DA en 2019⁷.

Figure 1: l'assurance automobile en Algérie en 2020.



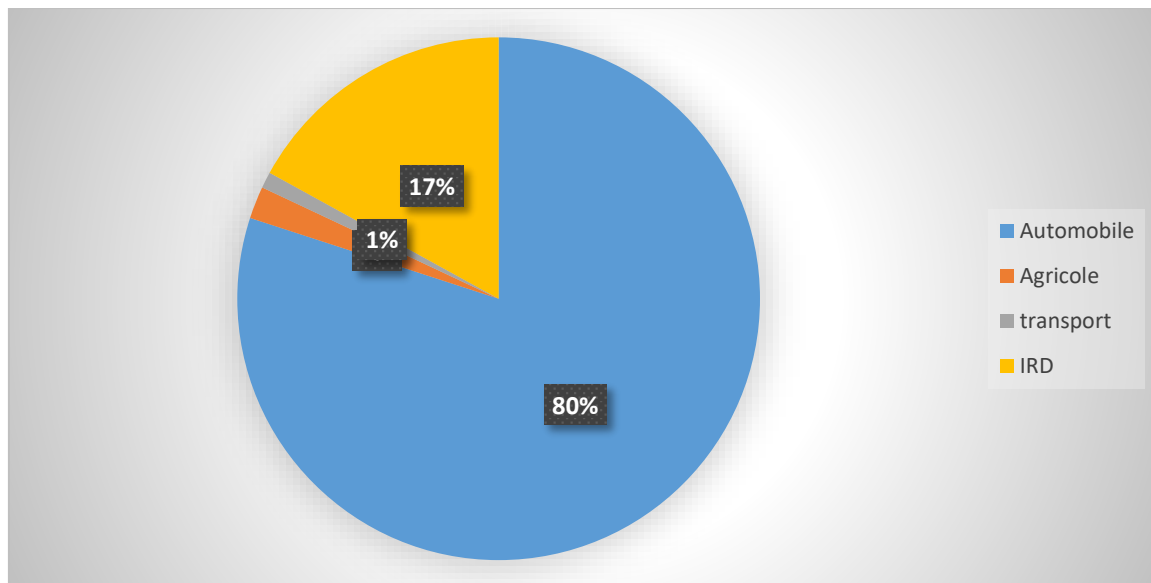
Source : document interne à la SAA.

Figure 2: Les parts du marché assurantiel en Algérie 2020

⁶ François, Chapuisat, « le droit des assurances », édition, paris, 1995.p30.

⁷ Rapports annuelle de la SAA.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution



Source : document interne à la SAA.

2. L'assurance incendie :

La garantie incendie couvre tous les dommages causés par le feu conformément aux clauses du contrat et aux conditions particulières et qui englobe :

- Matériel quel que soit bien immobiliers ou mobilier ;
- Matériel industriel ;
- Marchandises....etc.

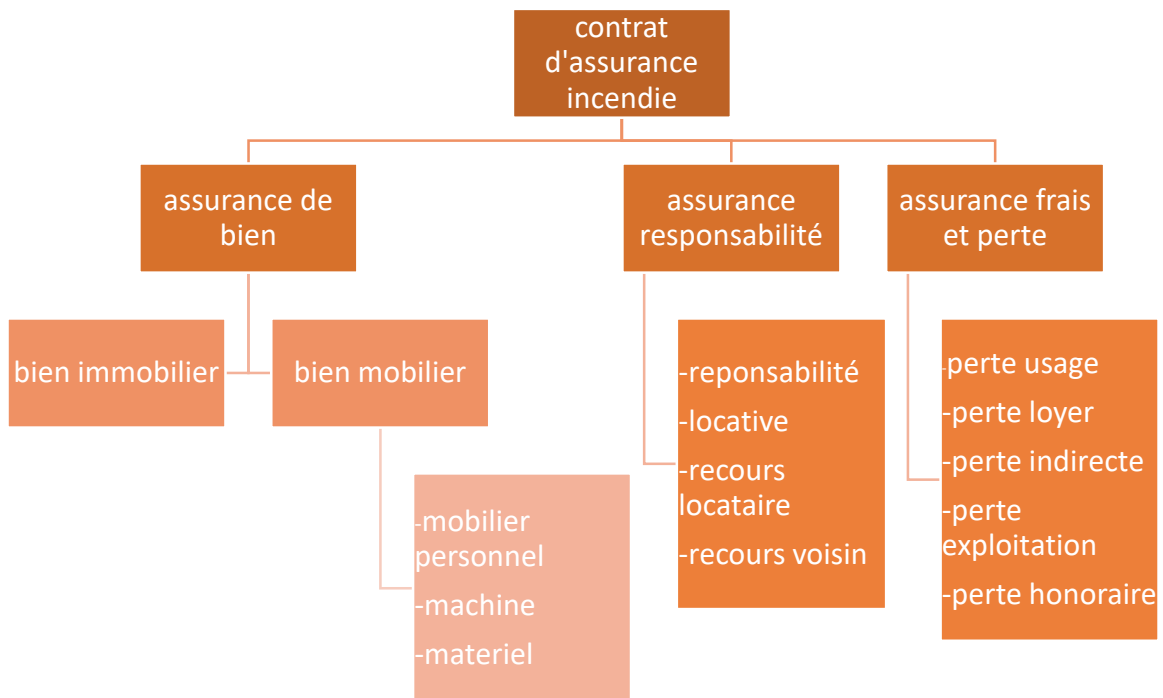
Une autre garantie introduite dans les années 80 pour le contrat d'assurance incendie est la garantie catastrophe naturelle qui a été étendue, ensuite à l'ensemble des contrats d'assurances dommages par l'ordonnance 95-07 de 1995 et la création du Fond d'Indemnisation des victimes des Calamités Naturelles.

L'assurance incendie est une assurance dommage portant, lors du règlement d'un sinistre⁸.

Schéma 2: récapitulatif des garanties d'incendie

⁸ Julien Molard, « les assurances de dommages », édition, SEFI, 2010.P58.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution



Source : F.COUILBAULT et autres, « les grandes principes de l'assurance », éd L'AGRUS, 6eme édition, 2003.p71. (5)

3. Responsabilité civile :

Les contrats Responsabilités civiles garantissent les conséquences pécuniaires encourues par les assurés lorsque ces derniers causent un dommage matériel ou corporel à un tiers que ce soit par négligence, par imprudence et ce, dans l'exercice de leurs activités et fonctions,

A cet effet, plusieurs types de contrats adaptés et tenant compte de chacune des activités exercées sont proposés aux particuliers leur garantissant ainsi une couverture efficace et appropriée⁹.

4. L'assurance multirisque habitation :

⁹ <https://gam.dz/assurances-responsabilite-civile-rc/> consulté le 23/08/2022.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

L'assurance multirisque habitation abrégée **MRH** est le contrat auquel souscrit un usager pour couvrir un ensemble de dommages que pourrait subir son logement ainsi que les personnes qui y vivent. Elle est plus vaste qu'une assurance habitation classique et peut même intégrer une assurance scolaire afin de protéger les enfants dans leurs activités du quotidien.

En général, on distingue deux types de garanties proposées par les contrats d'assurance multirisque habitation.

Il y a des **garanties protégeant le mobilier**. Elles s'appliquent aux cas de :

- Vol ;
- d'incendie ;
- de vandalisme ;
- de dégâts des eaux et bien d'autres.

Les **garanties à responsabilité civile**, elles couvrent l'assuré en cas de dommages causés à un tiers. En général, cette garantie peut aller jusqu'à protéger les personnes vivantes dans la maison du souscripteur pour les actes de vie privée¹⁰.

B. L'assurance de personne :

Les assurances de personnes s'opposent aux assurances de dommages en ce qu'elles ne présentent par un caractère indemnitaire mais un caractère forfaitaire¹¹

- Elles ont pour objet le versement de prestations forfaitaires en cas d'événements affectant la personne même de l'assuré.
- Elles se subdivisent en :
 - Les Assurances Individuelle Accidents et Maladie ;
 - Les Assurances sur la Vie.

1. L'assurance individuelle accidents :

¹⁰ <https://www.top2assurance.fr> consulté le 23/08/2022

¹¹ Guide des assurances en Algérie, 2015.p101.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

La définition d'un accident corporel garantie par l'assurance est comme « toute atteinte corporelle non intentionnelle de la part de l'assuré et provenant de l'action soudaine d'une cause extérieure »¹².

L'assurance individuelle accident couvre :

- Les versements d'un capital en cas d'incapacité permanente suite à un accident.
Remboursement des frais médicaux restés à votre charge : hospitaliers, dentaires, pharmaceutiques.
- Couverture du bris ou de la perte de lunettes correctrices ou de lentilles même sans accident corporel.
- Assistance en cas de maladie ou d'accident : rapatriement, aide-ménagère, prise en charge des enfants...

En cas de décès accidentel, prise en charge des frais d'obsèques.

2. Assurance vie :

Elle est subdivisée en deux grandes catégories :

- Assurance vie ;
- Assurance décès.

1.1. Assurance vie :

Le contrat d'assurance vie en cas de vie prévoit les versements d'une capitale à la personne désigné sur le contrat de ceci dans le cas où l'assuré est en vie au terme du contrat.

→ Dans le cas de décès :

Ce contrat prévoit le versement au bénéficiaire désigné d'un capital au décès de l'assuré, le décès devant survenir avant une date déterminée¹³, l'invalidité permanente et totale de l'assuré entraîne le paiement anticipé du capital si elle survient avant le terme du contrat et avant l'âge de 60ans.

¹² Jérôme yeatman, « manuel international de l'assurance », édition, economica, 2005.p148.

¹³ GUIDE des assurances en Algérie, 2015.p132

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

Cette assurance répond au besoin de préserver la famille pendant quelques années, par exemple aussi longtemps que les enfants ne sont pas élevés.

Il existe également des temporaires décès au capital décroissant, particulièrement indiquées lorsque le contrat est souscrit en garantie d'une dette amortissable.

1.2. L'assurance en cas de décès :

Ce contrat prévoit le versement au bénéficiaire désigné d'un capital au décès de l'assuré, le décès devant survenir avant une date déterminée¹⁴, l'invalidité permanente et totale de l'assuré entraîne le paiement anticipé du capital si elle survient avant le terme du contrat et avant l'âge de 60ans.

Cette assurance répond au besoin de préserver la famille pendant quelques années, par exemple aussi longtemps que les enfants ne sont pas élevés.

Il existe également des temporaires décès au capital décroissant, particulièrement indiquées lorsque le contrat est souscrit en garantie d'une dette amortissable.

3. Assurance santé :

Le contrat d'assurance santé est généralement un contrat collectif offrant la couverture de l'ensemble des adhérents et leur famille c'est une assurance groupe. Elle couvre :

➤ **Les garanties incapacité temporaires ou permanentes :**

Cette garantie prend effets dans deux cas ou l'incapacité est due à un accident et aussi comme conséquence d'une maladie.

➤ **La garantie indemnité journalière :**

Cet indemnité est versée dans le cas d'hospitalisation pour compenser la perte revenue et les frais supplémentaires sous le principe indemnisation.

➤ **L'assurance des maladies redoutées :**

Cette garantie répond aux besoins des assurés ceux qui ont l'assurance vie classique et ne dispose pas de revenu assez pour faire face aux coûts des maladies.

¹⁴ Lamber, Denis Claire, « Économie des assurances », édition, Arman colin, 1996.p273.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

Section 02 : le contrat d'assurance en Algérie

1. Définition du contrat d'assurance :

Un contrat est un accord entre deux ou plusieurs personnes qui s'engagent respectivement à faire ou à ne pas faire quelque chose. Par exemple dans un contrat de vente, le vendeur s'engage à livrer l'objet, l'acheteur à en payer le prix convenu.

Le contrat d'assurance est un accord qui se fait entre un assureur et un assuré pour garantir un risque. L'assureur accepte de couvrir le risque et le souscripteur (assuré) s'engage à payer la prime convenue dans contrat.

2. les éléments d'une opération d'assurance :

a. le risque :

Le terme « risque » nous amène vers l'appréhension « danger » ou un inconvénient possible. En assurance le risque est un événement futur et aléatoire (incertain) et qui ne dépend pas de la volonté des parties du contrat, il dépend seulement du hasard¹⁵.

- L'événement doit être futur, le risque ne doit pas être déjà réalisé.
- L'article 37 de la loi 9 août 1980, annonce que l'assurance prend fin de plein droit en cas d'une perte totale de la chose assurée ; résultant d'un événement non prévu par l'assureur. Le risque à assurer doit être ; d'une part non seulement incertain ; mais aussi future et d'autre part sa réalisation éventuelle ne doit pas dépendre de la volonté de l'une des parties au contrat ; spécialement celle de l'assuré. Il est nécessaire qu'il y ait intervention du hasard. Il peut s'agit d'un événement incertain.
- L'article 13 nous informe que s'il n'y a pas incertitude quand la réalisation du risque, il ne peut y avoir assurance. L'incertitude implique nécessairement l'idée d'éventualité ; c'est l'aléa. Cet aléa constitue l'élément fondamental du risque que prend en charge l'assureur, ce risque peut être un événement redouté que l'assuré cherche à se garantir contre ses conséquences, c'est le cas de l'incendie ; il peut être au contraire, un événement certes incertain, mais sans conséquences dommageables tel est le cas de l'assurance en cas de vie, qui est un contrat par lequel l'assureur

¹⁵<https://www.top2assurance.fr/quelle-est-la-definition-dune-assurance-multirisque-habitation.html> [En ligne] consulté 18/08/2022.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

s'oblige à verser une somme déterminée à l'avance. Si à une date donnée, l'assuré est encore en vie.

- Le risque d'assurance est essentiellement l'incertitude de la réalisation de l'événement garanti, l'incertitude porte parfois non pas sur l'éventuelle réalisation ; tel est le cas de l'assurance en cas de décès.
- Sa réalisation doit être indépendante de la volonté des parties contractantes. (Si une des parties peut influencer sa réalisation, il ne constitue plus un risque assurable).

b. La prime ou la cotisation :

La prime est la contribution que verse l'assuré à l'assureur en échange de la garantie qui lui est accordée. Elle est payable au départ de l'opération d'assurance ou de l'assurée d'assurance, d'où son nom de prime (que nous retrouvons dans la locution « de prime abord » ou dans le mot « primeur » qui signifie). La prime comprend deux parties : la prime pure (nette) et la prime brute.

- **La prime pure (nette) :** elle est destinée à couvrir le risque assuré et doit être suffisante ; pour que l'assureur détermine le montant de cette prime pure, il utilise plusieurs paramètres en fonction des catégories d'assurances.
- **La prime brute :** l'assureur perçoit pour le compte de l'état les taxes : l'adjonction de ces taxes à la prime nette ; nous donnerons la prime brute ou prime totale.

Prime nette= cout du risque + frais de fonctionnement de l'assureur + taxes.

c. La prestation de l'assureur :

C'est la somme que verse l'assureur pour l'assuré à la réalisation du risque, mais il se fera juste dans les limites de la garantie du contrat accordé à l'assureur.

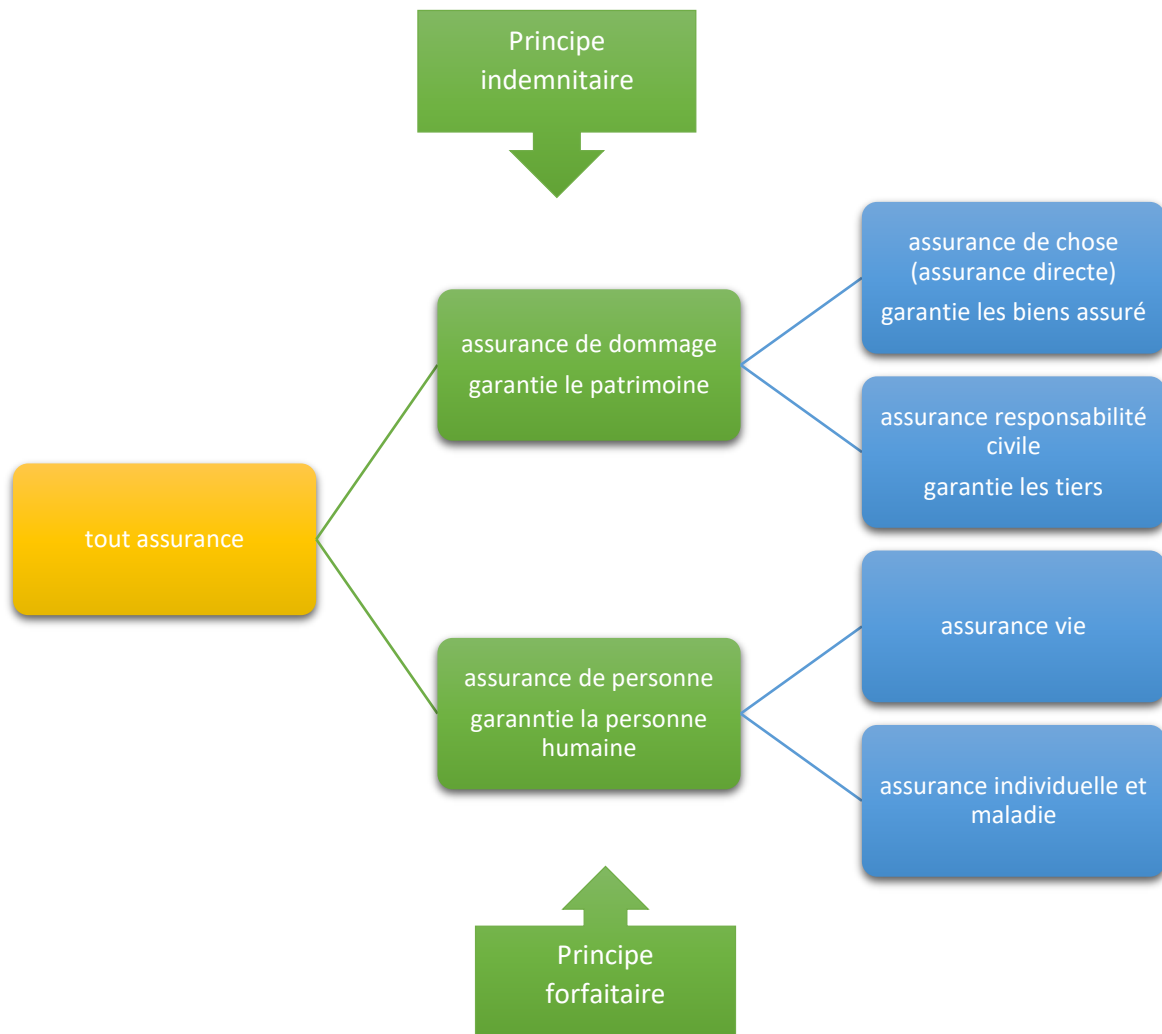
Et la prestation existe en deux formes :

- **Une indemnité :** qui est la somme déterminée après la survenance du sinistre et dans la limite des montants assurés et du préjudice effectivement subi (c'est-à-dire, en fonction de l'importance du sinistre). Ce type de prestation est pratiqué dans le cas des assurances de dommages.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

- **Une prestation forfaitaire** : dont le montant est déterminé au moment de la souscription du contrat, c'est-à-dire avant la survenance du sinistre. La prestation forfaitaire se traduit par le versement d'une rente ou d'un capital (c'est le cas des assurances de personnes).

Schéma 3: la prestation de l'assureur



Source : conception personnel.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

3. les acteurs d'une opération d'assurance :

Dans l'opération d'assurance les acteurs qui interviennent :

a. L'assureur :

L'assureur c'est celui qui s'engage à payer l'indemnité, c'est-à-dire le sinistre L'assureur est généralement une société commerciale ou une mutuelle qui doit être présent avant, pendant et après la souscription du contrat :

- Avant la réalisation du contrat car il doit concevoir des produits correspondant aux besoins, informer et conseiller utilement les éventuels clients ;
- Lorsque le contrat est souscrit ; il doit veiller à la confection de la police d'assurance dans les meilleurs délais et selon les normes convenues ;
- Une fois garantie acquise, il doit non seulement régler les sinistres, mais encore répondre aux questions des assurés, fournir des attestations, surveiller l'évolution des garanties et proposer des modifications¹⁶.

b. l'assuré :

L'assuré est une personne physique ou morale dont le patrimoine ou la personne est exposé au risque. Il se confond très souvent avec le souscripteur, redevable des primes, mais il peut être distinct. Il s'agit précisément, soit de celui qui est le propriétaire des biens assurés dans une assurance de biens, soit de celui dont la responsabilité est assurée dans une assurance de responsabilité, soit enfin, de la personne dont le sort futur engendre le risque¹⁷.

L'assuré est donc une personne dont la vie, les achats ou les biens sont garantis par un contrat d'assurance, contre les différents risques, moyennant le versement d'une certaine somme¹⁸.

c. Le bénéficiaire :

16 COUILBAULT.F, LATRASSE.M, « les grands principes de l'assurance », Éditions largus, 2002, P.59.

17 EWALD.F, « Encyclopédie d'assurance », Éditions Economica, Paris, 1997, P.9.

18 MRABET.N, « Centre de recherche pour les budgets familiaux, Bien utiliser les assurances », Éditions de l'épargne, 1990, P.22.

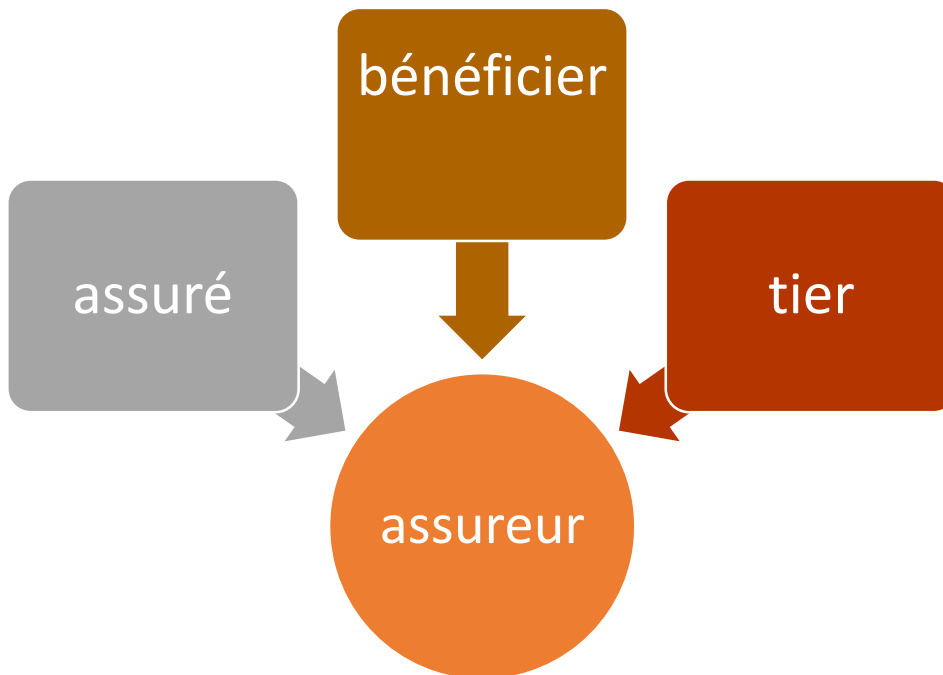
Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

Le bénéficiaire est la personne qui recevra les prestations promises par l'assureur en cas de la réalisation du risque prévu au contrat d'assurance.

d. Le tiers :

Toute personne étrangère au contrat mais qui peut revendiquer le bénéfice (comme les bénéficiaires d'une assurance décès, les victimes en assurance de responsabilité ...).

Schéma 4: les acteurs d'une opération d'assurance



Source : conception personnelle

4. les étapes de la réalisation d'un contrat d'assurance :

Pour qu'un contrat d'assurance soit établie on doit passer par quatre étapes sont :

- Notice d'information, proposition, note de couverture et police d'assurance.
- Notice d'information : fournie par l'assureur et obligatoire depuis plusieurs années, comportant diverses informations utiles à l'assuré (voir plus bas).
- La proposition, véritable précontrat rassemblant les éléments fournis par l'assuré et les conditions de l'assureur. Elle est en général signée par les deux parties mais ne constitue aucunement un engagement entre ces dernières. Par contre, en cas de souscription du contrat par la suite, elle peut être reçue comme preuve en cas de litige entre l'assureur et l'assuré sur les risques déclarés par l'assuré par exemple.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

- La note de couverture fournie avec l'attestation temporaire d'assurance (dans le cadre de l'achat d'un véhicule d'occasion) 19.
- Police d'assurance : est tout simplement l'exemplaire papier de votre contrat d'assurance. Vous le recevez à la suite de la souscription de votre contrat, accompagné de ses conditions générales et particulières.

5. Rôle d'un contrat d'assurance :

Un contrat d'assurance est un contrat par lequel l'assureur s'engage à indemniser l'assuré, moyennant une prime ou une cotisation, de certains risques ou sinistres éventuels.

Le risque doit, bien évidemment, être aléatoire. Le rôle de l'assurance est indispensable pour l'économie. Cela permet de :

- Fiabiliser les relations commerciales ;
- Favoriser l'investissement.

Dans le même temps, le rôle de l'assurance est aussi, voire surtout, social. Cela permet de :

- Garantir les revenus des assurés ;
- Reconstituer le patrimoine des assurés ;
- Ne pas être à la charge de la collectivité publique pour les victimes d'accidents ;
- Sauvegarder des emplois, des compétences ;
- Préserver le tissu économique.²⁰

6. Les conditions réglementaires algériennes pour la réalisation d'un contrat :

Un contrat d'assurance est matérialisé par deux types de documents :

- **Les conditions générales**, qui rassemblent l'ensemble des conditions communes applicables à tous les assurés souscrivant le même type de contrat : garanties,

19 <https://www.index-assurance.fr/pratique/devis-souscription/contrat-assurance> consulté le 29/08/2022.

20 <https://levolontaire.fr/differents-types-contrat-assurance> consulté le 29/08/2022.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

exclusions, déchéances, procédures de résiliation, de déclaration et d'indemnisation des sinistres...

- **Les conditions particulières**, uniques pour chaque assuré, et adaptant le contrat aux besoins et aux déclarations de l'assuré : identification du souscripteur, personnes et biens assurés, montant des primes et franchises, date de début des garanties...

7. les caractères et les techniques d'un contrat d'assurance :

Comme tous les contrats d'assurances, le contrat d'assurance est régi par le code civil et présence des caractères suivants :

Le contrat d'assurance comporte huit caractères dont certains constituent l'essence même de ce contrat, lesquels sont :

a. Un contrat nommé :

C'est un contrat soumis à des dispositions particulières ou encore à un statut juridique spécial.

b. Un contrat consensuel :

En application du principe du consensualisme, le contrat d'assurance se forme par le simple échange des consentements entre assureur et souscripteur. Sa validité ne dépend donc d'aucune condition de forme, et selon le Code des assurances, l'écrit n'est exigé que pour la preuve du contrat.

c. Un contrat synallagmatique :

Le contrat d'assurance implique que l'assureur comme le souscripteur s'engagent réciproquement : le premier à régler le sinistre en cas de réalisation du risque couvert, le second à faire les déclarations de risques et de sinistre et à payer les primes. Cette réciprocité justifie le refus de garantie de l'assureur lorsque le souscripteur manque à l'une de ses obligations.

d. Un contrat aléatoire :

- **Caractère légal** : Opération globale, anti-aléatoire de lutte collective contre le hasard, l'assurance n'en demeure pas moins un contrat présenté comme aléatoire. D'après le Code civil, le contrat d'assurance est le contrat aléatoire type. Le caractère aléatoire

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

s'applique à l'objet du contrat, le risque garanti, et l'incertitude qui résulte d'un tel caractère est « supposée » entraîner une chance de perte ou de gain pour les parties contractantes.

- **Effets du caractère aléatoire** : Seul un risque aléatoire peut faire l'objet d'une assurance.

Comme l'affirme la jurisprudence, le contrat d'assurance est « par nature aléatoire », l'aléa est de l'essence du contrat d'assurance, il en fonde la validité. Par conséquent, l'assurance est nulle si le risque est déjà réalisé lors de la conclusion du contrat. C'est ce qui est formulé par le Code des assurances, certes rédigé pour l'assurance de choses, mais applicable aux assurances de dommages, selon lequel « L'assurance est nulle si, au moment du contrat, la chose assurée a déjà péri ou ne peut plus être exposée aux risques ». Mais tout n'est pas si simple, et pour déterminer si le contrat est pourvu d'un aléa, encore faudra-t-il cerner la notion de risque aléatoire.

e. Un contrat à titre onéreux :

Il n'y a aucune intention libérale entre les parties au contrat d'assurance. En payant les primes ou les cotisations, le souscripteur paie le prix de la garantie due par l'assureur. Toutefois, une telle intention existe entre le souscripteur d'une assurance en cas de décès et son bénéficiaire.

f. Un contrat successif :

Le contrat d'assurance s'échelonne toujours dans le temps. La garantie est en général renouvelée d'année en année, mais il peut aussi s'agir d'une garantie plus courte par exemple, souscrite le temps d'un voyage ou d'un séjour de vacances. Ce caractère successif implique l'application, lors de la résiliation du contrat, de la règle de la divisibilité des primes calculées au prorata de la période de garantie.

g. Un contrat d'adhésion :

Dans de nombreux cas, le souscripteur ne peut pas négocier les termes du contrat qui est élaboré, rédigé et imprimé par l'assureur. En réalité, le souscripteur adhère à un contrat qui est préétabli, dont il n'a pas discuté les conditions générales, et que très peu les conditions particulières. La situation est cependant différente s'agissant des très gros risques industriels

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

ou commerciaux, généralement placés par des intermédiaires d'assurance qui discutent des modalités de la garantie avec les sociétés d'assurance les mieux placées pour garantir le risque à couvrir.

h. Un contrat de bonne foi :

Si, conformément au Code civil, la bonne foi est exigée pour l'exécution de tout contrat, elle est requise avec une particulière acuité pour le contrat d'assurance. En effet, outre l'assureur, le contrat d'assurance met en présence la mutualité des assurés, l'éventuelle mauvaise foi du souscripteur lèse donc des intérêts bien plus nombreux qu'au sein d'un contrat de droit commun. Aussi, les sanctions édictées par le Code des assurances en cas de manquement à l'obligation de bonne foi du souscripteur sont-elles beaucoup plus sévères qu'en droit commun.

i. Les techniques d'assurances :

Les assurances généralement recourent à deux techniques qui sont indispensables et peuvent être pratiquées en même temps, il s'agit de la coassurance et de la réassurance, ces deux formes d'assurance ont pour but de couvrir les compagnies d'assurance dans le cas où la loi des grands nombres s'applique moins bien, par exemple lorsqu'un petit nombre de risques est pris en charge que les montants des sinistres peuvent être considérables que les fréquences sont très faibles²¹.

I.1. La coassurance :

La coassurance est une technique consistant au partage de risque par plusieurs assureurs. Ces derniers se réunissent pour garantir ensemble le même risque à travers un contrat. La coassurance intervient surtout lorsqu'il s'agit d'un risque élevé et que le montant des biens assurés est également important. Cette technique permet aux compagnies d'assurance de se partager les risques, ainsi, en cas d'indemnisation, elles se répartissent les charges. Cela leur évite de se retrouver en difficultés financières à cause d'un seul et même risque.

I.1.1. Le fonctionnement de la coassurance :

Un individu ou une société qui veut assurer ses biens va prendre contact avec sa compagnie d'assurance. Après évaluation de ceux-ci, l'assureur constate qu'il s'agit d'un

²¹ Henriët.D Rochet J-C, « Microéconomie de l'assurance », édition, économie, paris, 1991.p16

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

important capital qu'il ne pourra pas couvrir entièrement. Il revient donc à l'assuré de trouver des compagnies qui accepteront de couvrir le reste du capital non couvert. Il peut s'agir d'un ou plusieurs coassureurs qui se porteront alors garants du risque.

Le premier assureur peut également chercher à s'associer avec d'autres partenaires. Le contrat d'assurance sera signé conjointement avec tous les partenaires. Si la première compagnie accepte de supporter 30 % du capital, l'assuré devra trouver des coassureurs qui prendront en charge les 70 % restants. Il peut s'agir de trois compagnies, un acceptant d'indemniser 30 % et les deux autres couvriront chacun 20 %.

i.2.La matérialisation de la coassurance :

La coassurance est matérialisée par une division horizontale des préjudices. Elle se pratique de deux manières possibles : les polices séparées et la police collective.

i.2.1. Les polices séparées :

Dans l'optique des polices séparées, chaque assureur établit sa police en précisant la totalité des montants qu'il compte couvrir. Au cas où les assureurs n'arrivent pas à s'entendre sur la coassurance, l'assuré a la possibilité de recourir à l'assurance cumulative. Il peut souscrire à plusieurs contrats et déclarer à chaque assureur concerné la présence des autres contrats. En cas de risque, l'indemnisation sera répartie au prorata du nombre des contrats signés. Il s'agit d'une précaution importante qui évite les situations de déchéances d'indemnisation. La loi est stricte à ce sujet et elle stipule que l'assurance ne doit pas être une source de profit.

i.2.2.La police collective :

Cette méthode est la plus courante dans la coassurance. Dans ce cas, ce sont les assureurs qui proposent une seule police d'assurance à l'assuré. Celle-ci comprend toutes les indications utiles comme :

- La situation et la valeur du bien assuré ;
- Les garanties ;

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

- Les taux applicables par chaque assureur ;
- La valeur et la nature de la garantie.

Le contrat doit aussi préciser la quote-part du capital assuré et les primes correspondantes ainsi que les clauses particulières.

Dans le cadre d'une police collective, les coassureurs peuvent désigner un apériteur parmi eux. Il s'agit de la compagnie qui a la plus grande participation au risque. Le but de l'apériteur est de gérer le contrat et de représenter tous les coassureurs partout où besoin se fera. La compagnie apéritrice sera le principal interlocuteur avec l'assuré durant la durée du contrat²².

2. la réassurance :

La société de réassurance est une société spécialisée qui prend en charge moyennant finance une partie des risques couverts par un assureur. Cela doit donc être une structure financière en mesure de garantir à ses clients (les assureurs) un accompagnement de chaque jour leur g garantissant, outre la fiabilité, la technicité indispensable à une sophistication des risques toujours croissante et une proximité alliée à une rapidité de réaction face aux problèmes posés.

Si les compagnies d'assurance et les mutuelles doivent être agréées par l'autorité de contrôle pour pouvoir commercialiser leurs contrats, les sociétés de réassurance doivent être titulaires d'une autorisation pour exercer.

2.1. L'objectif de la réassurance :

L'objet principal de la réassurance est de partager les risques afin de limiter l'exposition financière de l'assureur direct et de faire face plus facilement en cas de sinistre important.

La réassurance présente d'autres avantages. En augmentant la capacité de souscription de l'assureur, la réassurance lui permet d'accepter en garantie des risques pour des montants plus élevés que ses propres capacités d'engagement. La réassurance renforce la trésorerie de la cédante en permettant le financement de ses activités par le versement des avances sur sinistre et des dépôts constitués et lui permet de conserver une solvabilité répondant aux exigences des normes internationales. Elle permet au portefeuille de la cédante de conserver une certaine

²² <https://www.lecoindesassureurs.com/coassurance.html> consulté le 29/08/2022.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

homogénéité, puisque la cession à la réassurance des capitaux importants lui permet de ramener la part conservée au même niveau que la majorité de ses engagements sur les autres souscriptions. La réassurance du fait de son activité internationale permet la répartition et la dispersion géographique des risques. Commercialement, la réassurance en n'apparaissant pas dans le contrat du client, (contrairement à la coassurance), évite ainsi de possibles problèmes de concurrence. De par sa position, le réassureur a une parfaite connaissance et une expérience des différents marchés et offre ainsi aux cédantes l'assistance technique et l'expertise dont elles peuvent avoir besoin pour appréhender au mieux les risques parfois complexes qui leur sont soumis et réduire ainsi leur exposition au risque.

2.2. Le fonctionnement de la réassurance :

En pratique, un contrat est passé entre l'assureur direct (la compagnie cédante ou la cédante) qui a accepté le risque proposé par le client et une société spécialisée (le réassureur ou le cessionnaire) qui assume la charge d'une partie des risques souscrits par la cédante.

Par ce contrat, le réassureur s'engage à rembourser à l'assureur en cas de réalisation du risque, une partie des sommes versées au titre de l'indemnisation du sinistre. En contrepartie, la cédante lui ristourne une partie de la prime initialement payée par l'assuré.

Ce contrat prend généralement la forme d'un traité de réassurance qui peut comprendre un portefeuille de risques situés sur un même marché. Le réassureur ne traite en principe qu'avec des assureurs. C'est pour cela que la réassurance est également parfois désignée aussi comme l'assurance secondaire (l'assurance primaire étant représentée par l'acceptation du risque par l'assureur direct).

Section 03 : le cadre théorique du secteur des assurances en Algérie.

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

A. L'évolution de l'assurance en Algérie :

1. La période coloniale :

Cette période était caractérisée par le monopole des compagnies françaises sur le secteur d'assurance en Algérie. Cela se confirme en 1861 par la création d'une mutuelle incendiée

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

spécialisée pour l'assurance en Algérie et dans les colonies. Afin de répondre à la demande des colons agriculteurs, des mutuelles sont constituées ; c'est le cas de la Mutuelle Centrale Agricole, en 1933, qui fait partie de la Caisse Centrale de Réassurance des Mutuelles Agricoles laquelle a été créée en 1907 et qui regroupe les mutuelles de Tunisie, du Maroc et d'Algérie. Des textes métropolitains ont été adoptés par le législateur pour réglementer l'assurance en Algérie dont les principaux sont :

- La loi du 13 juillet 1930, réglementant l'ensemble des contrats d'assurance terrestres.
- Le décret du 14 juin 1938, unifiant le contrôle de l'État sur toutes les sociétés d'assurance.
- La loi du 25 avril 1946, relative à la nationalisation de 32 sociétés d'assurance et à la création d'une Caisse Centrale de Réassurance, d'une École Nationale d'Assurances et d'un Conseil National des Assurances.

2. la période après l'indépendance :

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

1re étape 1962-1966 :

Cette étape est caractérisée par :

- Le monopole exercé par les compagnies d'assurance étrangères, surtout françaises, sur ce secteur.
- L'absence de cadres nationaux et de législation propre à l'Algérie pouvant assurer le fonctionnement et le contrôle des sociétés d'assurance.
- L'Institution de la réassurance obligatoire pour les opérations d'assurance effectuées en Algérie à travers la création de la Caisse Algérienne d'Assurance et de Réassurance (CAAR) par la loi n° 63-197 du 8 juin 1963, obligeant toutes les sociétés d'assurance de céder une part de 10 % des primes encaissées
- La loi n° 63-201 du 8 juin 1963 exigeant des entreprises d'assurance, sans distinction de nationalité, des garanties qui se traduisaient par :
 - Le contrôle et la surveillance par le ministère des Finances de toutes les compagnies d'assurances.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

- L'agrément par le ministère des Finances, que devait demander toute compagnie d'assurance étrangère désirant exercer ou continuer leurs activités en Algérie.
- Création de la Société Algérienne d'Assurance (SAA) par l'arrêté de 12 décembre 1963 dont 39 % du capital détenu par les Égyptiens.
- La création de la Mutuelle Algérienne d'Assurance des Travailleurs de l'Éducation et de la Culture (MATER) par l'arrêté du 29 décembre 1964.
- L'agrément par l'arrêté de janvier 1964 de 14 compagnies étrangères, dont 6 Françaises, 3 Britanniques, 1 italienne, 1 Américaine, 1 indienne, 1 zélandaise, 1 Tunisienne, la STAR qui parvient à contrôler 25 à 30 % du marché.

2e étape 1966-1975 :

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

- Caisse Nationale d'Assurance et de Réassurance CAAR.
- Caisse Nationale des Mutualités Agricoles CNMA.
- Mutualité Algérienne d'Assurance pour Travailleurs de l'Éducation et de Culture MAATEC. L'assurance, qui était régie par l'ancienne législation française, a été abrogée dès le 5 juillet 1975 par l'ordonnance 72-29 du 5 juillet 1973.

3e étape 1975-1988 :

Cette période se décrit par :

- La spécialisation des entreprises d'assurance, en indiquant pour chacune d'elles les risques à couvrir :
- La CAAR, spécialisée dans les assurances des gros risques et de transport, cela permettant la création de la caisse d'assurance totale spécialisée dans l'assurance du transport terrestre, maritime et aérien.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

- La SAA, spécialisée dans les petits risques, qui sont cependant générateurs d'une épargne importante, à savoir : l'automobile, le vol, les bris de glaces, les dégâts des eaux, les multirisques d'habitation, les assurances de personnes, l'incendie et l'explosion (risque simple)

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

- La naissance de la Compagnie Algérienne de l'Assurance Transport CAAT par le décret n° 85-82 d'avril 1985.

4e étape 1988-1995 :

Elle se caractérise par :

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

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

5ème étape 1 995 à nos jours :

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

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

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

développement de l'assurance en général et l'assurance de personnes en particulier pour en faire un instrument du développement économique et social du pays.

Pour accélérer la libéralisation du marché, la loi autorise désormais les opérateurs étrangers à installer des succursales en Algérie. Les produits d'assurance pourront être vendus par des guichets bancaires et d'autres canaux de distribution qui devaient être précisés ultérieurement. Avec cette loi, le secteur ouvre ses portes toutes grandes.

b. la situation du marché de l'assurance en Algérie :

Le marché de l'assurance en Algérie a évolué d'une façon permanente grâce au recouvrement de l'indépendance, puis grâce à l'option socialiste et enfin à l'ouverture économique et à la volonté de s'insérer dans la mondialisation. Les lois 95-07 du 25 janvier 1995 relative à l'assurance, ces lois a tracé le nouveau cadre juridique de l'exercice en Algérie.

La note de la conjoncture du premier trimestre 2021 sur l'activité du marché algérien des assurances émises par le Conseil national des assurances, même si les données sont provisoires fait état d'une production globale, toutes activités confondues, s'élevant à plus de 43,5 milliards DA, contre 40,4 milliards de DA enregistrés à la même période de l'année précédente, soit une hausse de 7,7%.

Quant acceptation internationale, elles enregistrent une évolution de 19,1%, comparativement à la même période passant de 951,9 millions de DA à plus de 2,7 milliards de DA.

Les sinistres déclarés affichent un montant de plus de 19 milliards de DA, en hausse de 16,9%. Les règlements du marché marquent une progression de 12,2% passant, ainsi, de plus de 12,2 milliards de DA au 31/12/2021 et les stocks enregistrent une hausse de 6,8%, passant de plus de 85,8 milliards de DA à 91,6 milliards de DA.

Le taux de règlement s'élève à 15,9%, une hausse de 31,9% suite à l'évolution observée au niveau des assurances de dommages et des assurances de personnes avec taux de respectif de 19,8% et 29,7%.

Les assurances de dommages totalisent, avec une part de marché de 85,2%, un chiffre d'affaire d'un peu plus de 37 milliards de DA, en hausse de 4,3% représentant un volume additionnel de primes de plus de 1,5 milliard de DA.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

La part de la branche « automobile » demeure prépondérante, avec un taux de 52% du total du portefeuille des assurances de dommages et un chiffre d'affaires d'un peu plus de 19,2 milliards de DA, contre près de 20 milliards de DA réalisé durant le premier semestre 2020, traduisant de ce fait, un recul de 3,2%.

Accompagnés d'une baisse du nombre de contrats souscrits de 3,7%, les risques obligatoires fléchissent de 2,9%, entraînant, par conséquent, une perte, dans le portefeuille RC, estimée à un montant de plus de 135,6 millions de DA, indique la note de conjoncture.

La baisse affichée est expliquée par les conséquences de la crise sanitaire, entraînant, de ce fait, une baisse des souscriptions, mais aussi par décalage d'enregistrement d'important contrat au niveau de certaines sociétés.

Comparativement au premier trimestre 2020 qui a vu le chiffre d'affaires de cette branche diminuer de 6,9% , par rapport à celui enregistré durant le premier trimestre 2019, la reprise progressive de l'activité permis d'éviter, en 2021, une baisse plus importante.

La branche Incendie et Risque divers « IARD » achève le 1^{er} trimestre 2021 avec un chiffre d'affaire d'un peu plus de 15,1 milliards de DA soit une progression de 13,6% comparativement en 2020.

Selon la note de la conjonction, primes émises au titre des assurances contre les effets des catastrophes naturelles s « Cat-Nat » augmentent, également, de 36,1%. Il s'agit d'un produit qui occupe une partie de 15,4% du portefeuille de la branche « IARD ».

En revanche, les primes émises afférentes aux sous-branches « pertes pécuniaires diverses » et « assurances de responsabilité civile » baissent, respectivement, de 46,7% et 2,5%.

Avec un chiffre d'affaires de l'ordre de 589,9 millions de DA, les assurances agricoles, connaissent une hausse de 3,9% entre les deux périodes de comparaison.

Le chiffre d'affaires de la branche « Transports » augmenté de 17,4% pour atteindre près de 1,5 milliard de DA, contre 1,3 milliard de DA au 31/03/2020.

Au 31/03/2020, les sociétés d'assurances de dommages à capitaux privé détiennent une part de 24,5% du total du marché des assurances de dommages.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

Leur chiffres d'affaires commun s'élève à plus de 9 milliards de DA, dont 67,6% provenant de la branche « automobile ».

La même source de souligne que les sociétés publiques restent prédominâtes, avec 74,3% du marché des assurances de dommages et un chiffre d'affaires qui atteint plus de 27,5% milliards de DA. ²³

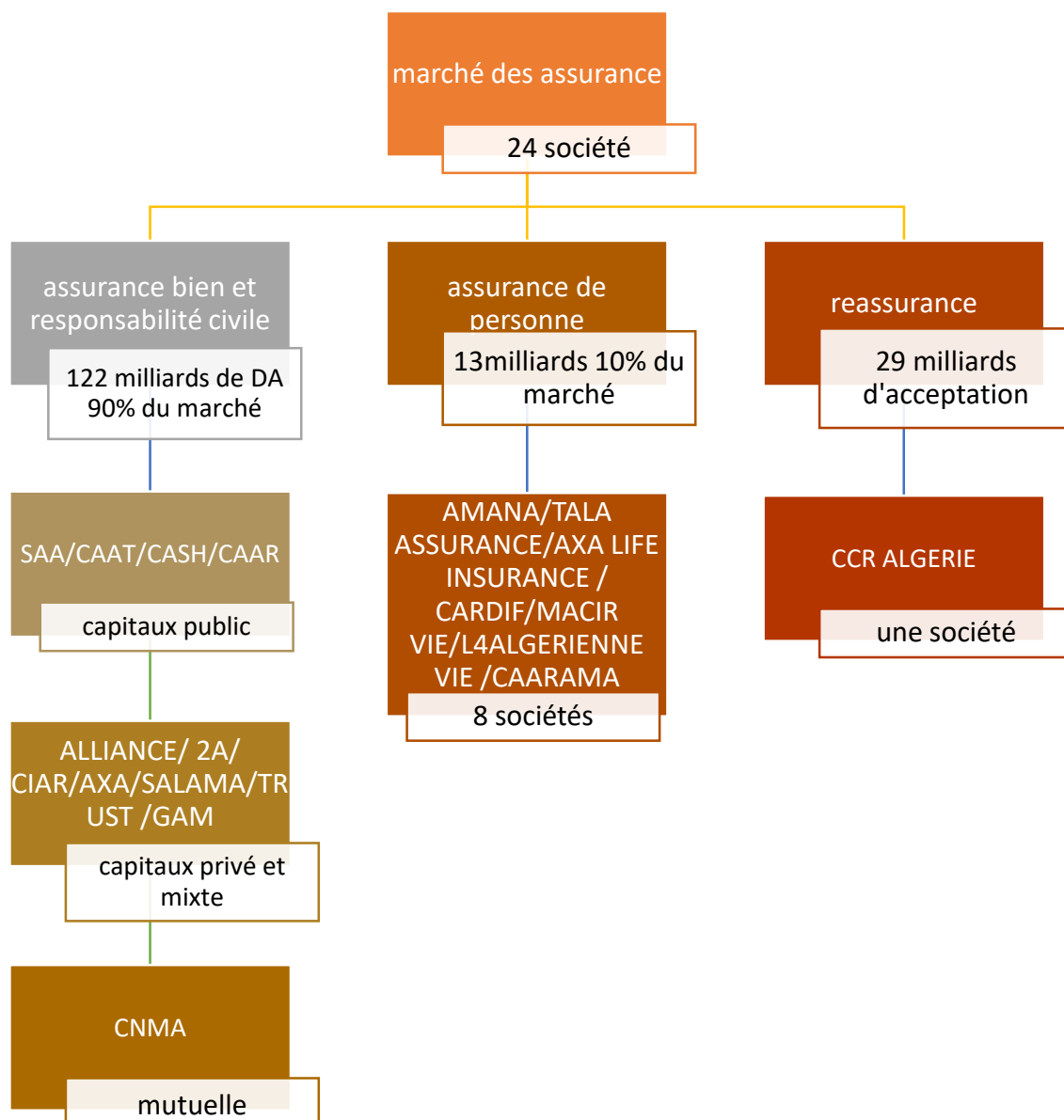
1. organisation et acteur du marché :

Les acteurs et l'organisation du marché algérien se résument comme suite :

Schéma 5: organisation et acteurs du marché des assurances en Algérie

²³ Article de la magazine mensuel « Finassurance » ; écrit par Yacine Lyes, édition n°8/2021 ; page18.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

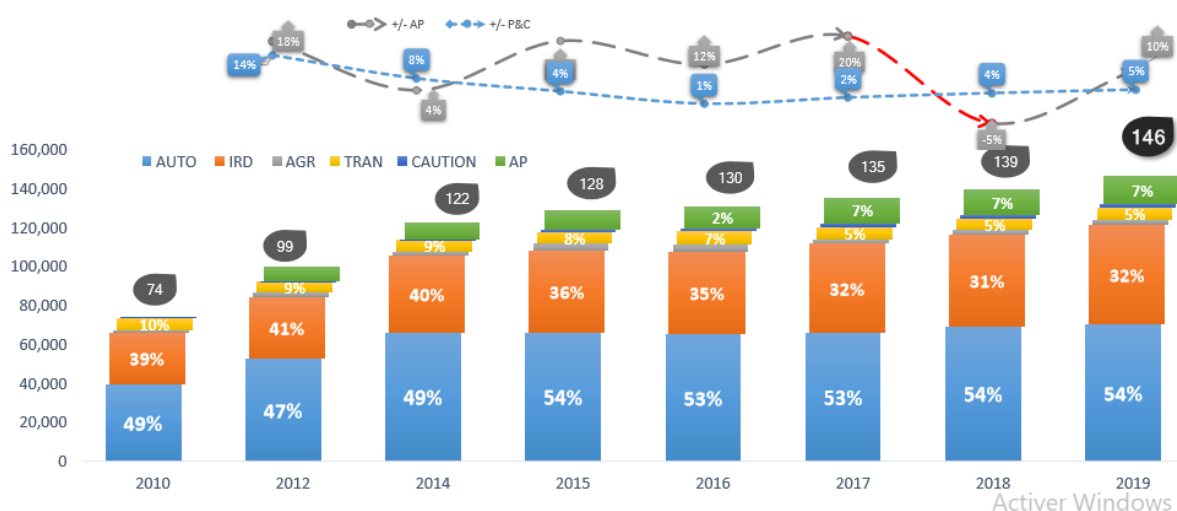


Source : document interne à la SAA.

2. L'évolution du chiffre d'affaires et les parts de chaque produit :

Figure 3: l'évolution du chiffre d'affaire et part de chaque produit

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution



Source : document interne de la SAA

On constate que l'évolution du chiffre d'affaires s'évalue dans un portefeuille mieux diversifié, le poids de la branche automobile favorise la croissance économique du marché de l'assurance.

Figure 4: L'évolution des assurances de dommages par branche

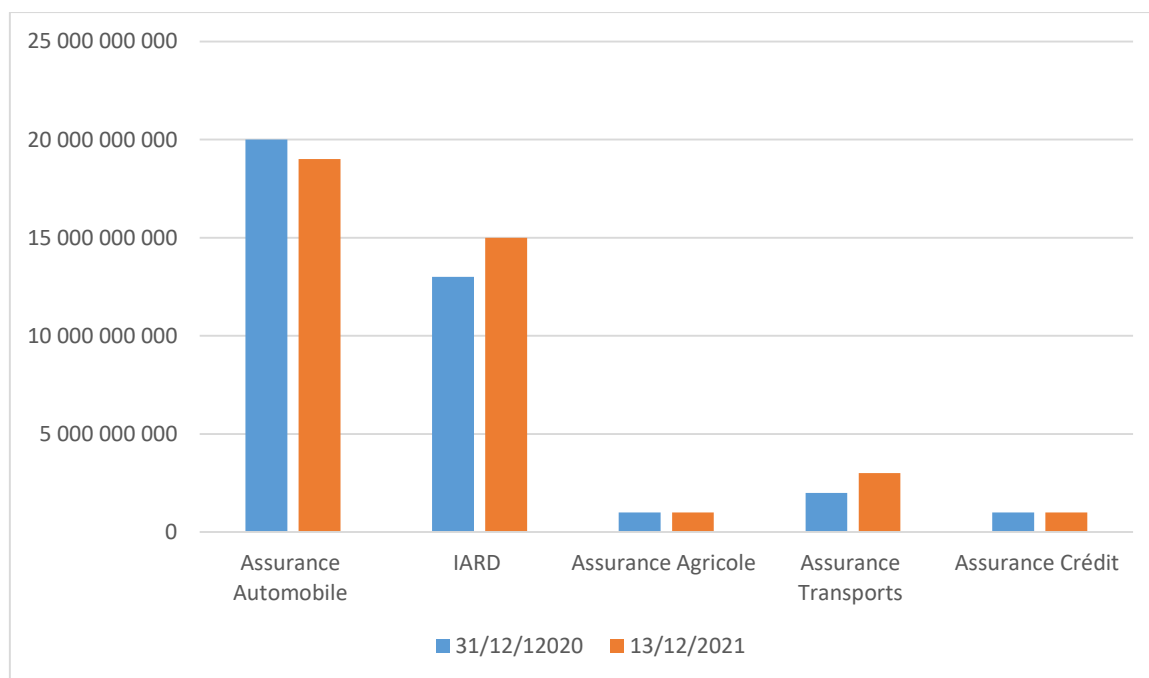
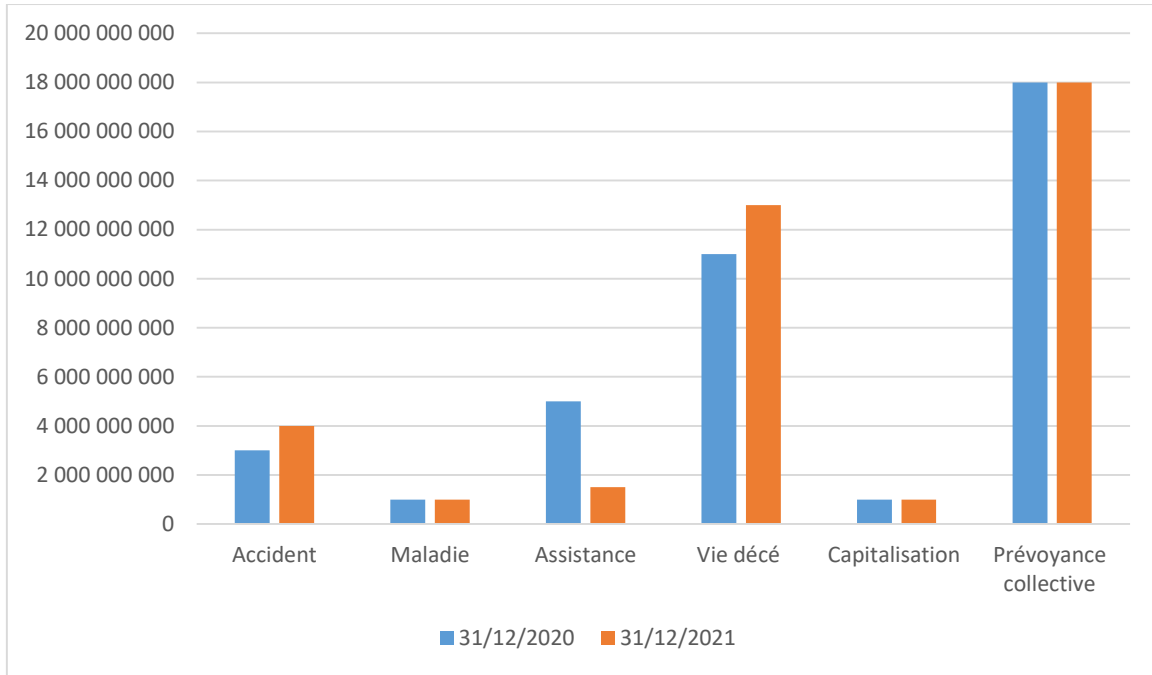


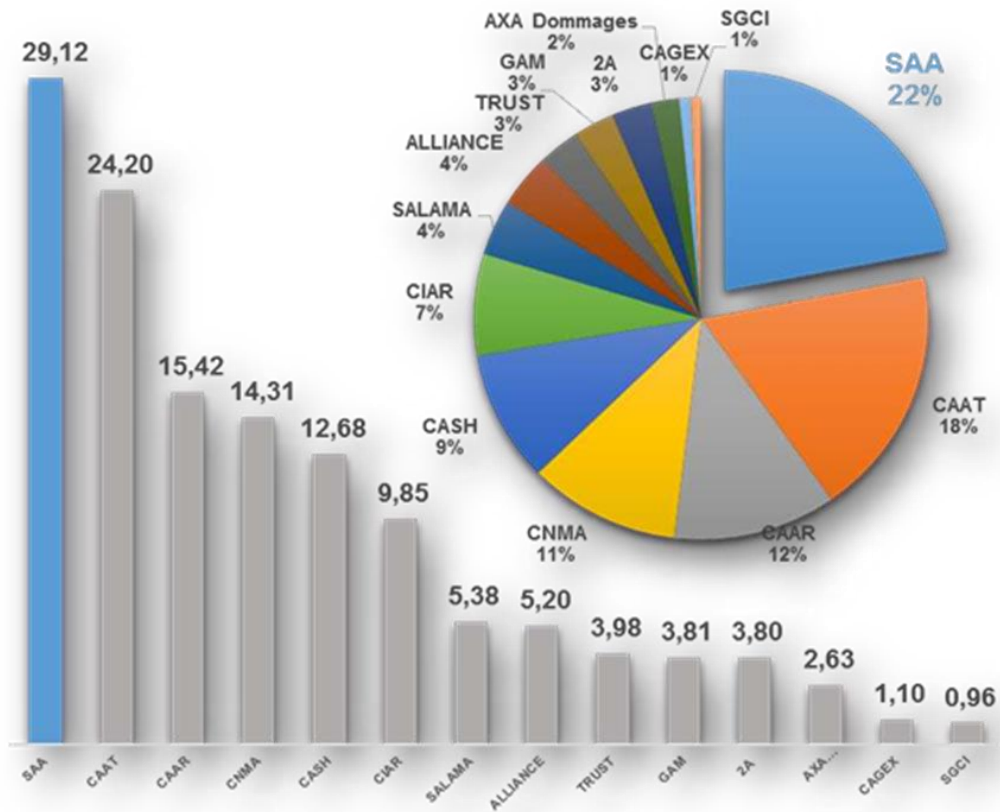
Figure 5: l'évolution des assurances de personne par branche

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution



3. les parts des marchés des assurances avec chiffre d'affaires :

Figure 6: les parts du marché des assurances en chiffres d'affaire



Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

Source : document interne de la SAA

On constate que la SAA détient le plus grand chiffre d'affaires de 29,12 milliards Da et elle détient aussi la plus grande part du marché 22 % en 2020.

- 1er assureur en Algérie
 - En termes de résultats et de capacités financières * 2 018
 - 28 % de la marge nette cumulée par les compagnies du marché P & C.
 - Près de 30 % du résultat net cumulé.
 - 30 % du matelas de solvabilité constitué.
 - 31 % des placements financiers (hors immobiliers) 38 % des actifs représentatifs.
 - 38 % des produits financiers réalisés.
- En termes de dépenses et d'engagements * 2 018
 - 23 % des indemnisations du marché P & C.
 - 22 % des provisions techniques constituées.
 - 22 % des engagements réglés.
 - 28 % des charges de fonctionnement.
 - 32 % de la masse salariale.²⁴

4. la part du marché par segment :

Figure 7: les parts du marché par segment

²⁴ Rapport annuelle de la SAA de 2019.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution



Source : document internet de la SAA

On constate que la SAA détient la première place dans la branche automobile avec 18,8 % et deuxième place dans la branche agricole 25 %, en suite la troisième en risques divers de 16 % et enfin la quatrième en branche transport 10 %.

5. les intervenants dans le marché des assurances algérien :

Plusieurs acteurs interviennent sur le marché algérien des assurances, autre que les institutions chargées d'assurance, les compagnies d'assurance d'autres acteurs interviennent sur le marché, à l'image de : les agents généraux, les courtiers et les banques. Tous ses intervenants sont sous la tutelle de ministère des finances.

5.1. Institutions chargées d'assurances :

Le cadre institutionnel du marché algérien des assurances est composé de plusieurs institutions autonomes, sont :

5.1.1. Le ministère des finances :

Les sociétés d'assurance et/ou de réassurance ne peuvent exercer leurs activités qu'après avoir obtenu l'agrément auprès du ministère des finances.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

Le ministère des finances agrée des agents généraux et des courtiers, comme il établit la liste des documents que les sociétés d'assurance et/ou de réassurance doivent fournir à la CSA.

5.1.2. Le Conseil Nationale des Assurances «CNA» :

Présidé par le ministère des finances, le CNA peut être présenté comme suit : «Cadre de concertation entre les diverses parties impliquées dans l'activité de l'assurance : les assureurs et intermédiaires d'assurance, les assurés, les pouvoirs publics et enfin le personnel exerçant dans le secteur. Mais aussi comme force de réflexion et de proposition, organe consultatif des pouvoirs publics et centre de conception et de réalisation des études techniques»²⁵.

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

5.1.3. La Commission de Supervision d'Assurance «CSA» :

C'est l'organe qui exerce le contrôle de l'État sur l'activité des assurances. Elle a pour objet :

- Protéger les intérêts des assurés et bénéficiaires de contrat d'assurance, en veillant à la régularité des opérations d'assurance ainsi qu'à la solvabilité des sociétés d'assurance ;
- Promouvoir et développer le marché national des assurances en vue de son intégration dans l'activité économique et sociale.

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

5.1.4. La centrale des risques :

²⁵Guide des assurances en Algérie, édition 2015, page 29.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

Les sociétés d'assurance et les succursales des sociétés d'assurance étrangères doivent fournir à la centrale des risques les informations nécessaires à l'accomplissement de ses missions.

Le décret exécutif n°07-138 précise les contours de sa mission : la centrale des risques collecte et centralise les informations relatives aux contrats d'assurance et de réassurance et les succursales d'assurance étrangères.

Toutes sociétés d'assurance doivent lui déclarer les contrats qu'elles émettent, la centrale les informe de toutes pluralités d'assurance de même nature et pour un même risque.

5.1.5. Organe de tarification (bureau spécialisé en tarification) :

Créé à fin d'élaborer des projets de tarifs, d'étudier et d'actualiser les tarifs en vigueur. Il est chargé d'émettre des avis sur litige en matière de tarif pour permettre à l'administration de contrôler, de se prononcer. Il est institué auprès du ministère chargé des finances.

Les éléments constitutifs de tarification de risque se déterminent comme suit :

- La nature du risque ;
- La probabilité de survenance du risque ;
- Les frais de souscription et de gestion du risque ;

5.1.6. Le fonds de Garanties des Assurés «FGAS» :

Un fonds qui a pour charge de «supporter, en cas d'insolvabilité des sociétés d'assurance, toute ou parties des dettes envers les assurés et les bénéficiaires des contrats d'assurance»²⁶.

Les ressources de fonds sont constituées d'une cotisation annuelle des sociétés d'assurance ou de réassurance et les succursales d'assurance étrangères agréées dont le montant ne peut dépasser 1% des primes émises nettes d'annulation.

Les modalités d'organisation et de fonctionnement ainsi que les conditions financières du Fonds sont fixées par le décret exécutif 09-111 du 7 avril 2009.

5.2. Les assureurs :

²⁶ Article 213 bis-ajouté par la loi 06-04.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

Ils regroupent l'ensemble des sociétés d'assurance qui exercent sur le marché, et qui sont organisées comme suit :

- L'assurance directe exercées par ces compagnies à savoir : les sociétés publiques (SAA, CAAT, CAAR, CASH, TALA, la SAPS et Caarama Assurance), et les sociétés privées (Trust Algeria, CIAR, 2A, SALAMA Assurance, GAM, Alliance Assurance, AXA, Cardif El djazair et Macir vie) ;
- Trois mutuelles CNMA et MAATEC et le Mutualiste ;
- Les assurances spécialisées exercées par : la CAGEX pour l'assurance-crédit à l'exploitation et la SGCI pour l'assurance-crédit immobilier ;
- La réassurance exercée par la CCR.

5.3. Les professionnels chargés de la vente des produits d'assurance :

C'est le réseau de distribution de l'assurance, il est composé de quatre intervenants :

5.3.1. Les compagnies elles même :

Elles disposent d'un réseau étendu du point de vente « agences directes » dont les salariés assurent la vente des produits.

5.3.2. Les agents généraux :

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

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

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

5.3.3. Les courtiers d'assurances :

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

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

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

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

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

5.3.4. La bancassurance :

C'est la distribution des produits d'assurance par les banques. Les sociétés d'assurance peuvent distribuer les produits d'assurances de distribution.

Depuis 2008, y avait 21 conventions de bancassurance qui ont été signées par les compagnies d'assurance avec les différentes banques de la place. Parmi ces accords :

- CARDIF avec CNEP en mars 2008, premier accord public-privé ;
- La SAA s'est associée en avril avec la BDL la BADR ;
- La CAAT et la CAAR ont fait de même avec la BEA en mai 2008.

5.4. Les réassureurs :

En Algérie, il existe une seule compagnie agréée d'exécuter les opérations de réassurance il s'agit de la CCR, créée en 1973 pour capter les flux de cession du marché national, avec un capital social de 22 milliards de dinars. La CCR a réalisé un chiffre d'affaire estimé à 19 milliards de dinars en 2018, et sa part de marché s'élève à 49%.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

Outre que la CCR, le marché fait appel aux réassurances étrangères cotée par les organismes de notation internationaux sur leurs capacités à faire face à leurs engagements.

5.5. Les experts :

« Est considérée comme expert toute personne prestataire de services habilité à rechercher les causes, la nature, l'étendue des dommages et leurs évaluations et à vérifier, éventuellement, la garantie de l'assurance », il est désigné par l'assuré ou l'assureur.

Il existe deux sociétés d'expertises (510 experts) qui sont filiales des sociétés publiques :

- La SAE, filiale de la SAA, qui dispose de 25 centres d'expertise dans le pays ;
- EXAL, filiale de la CAAR et de la CAAT.

5.6. Autres acteurs :

5.6.1. L'Union Algérienne des Sociétés d'Assurance et de Réassurance (UAR) :

« A pour objectif de représenter et gérer les intérêts collectifs de ses membres, l'information et la sensibilisation de ses membres et du public »²⁷. Toutes les sociétés d'assurance, courtiers et agents généraux sont tenues par la loi d'adhérer à cette association. Elle pourra être chargée des questions liées à l'activité de la profession, à la lutte contre les entraves à la concurrence et peut proposer à la CSA la sanction à l'encontre de ses membres.

5.6.2. L'École des Hautes Études d'Assurance (EHEA) :

École créée à l'initiative de l'UAR et résulte d'un partenariat entre l'Algérie et la France dans le domaine des assurances. Elle est dotée d'un capital social de 28 millions de dinars, ses actionnaires sont les assureurs publics et privés à savoir : Alliance Assurance, CIAR, SALAMA ASSURANCE, 2A, TRUST ALGERIA, CASH, GAM, CAGEX, CNMA, SGCI, CAAR et CAAT. Cet établissement vise à assurer aux étudiants des formations de qualités en assurance mais aussi dans d'autres domaines en relation avec le métier d'assurance²⁸.

²⁷ Article 214, Ordonnance 05-07 modifié par l'art 33 de la loi 06-04

²⁸ KPMG : Guide des assurances en Algérie, Édition 2015,

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

5.6.3. L'Institut Algérien des Hautes Études Financières (IAHEF)

Une SPA, dotée d'un capital social de 30 millions de dinars, fondées par les banques publiques (BNA, BEA, BDL, BADR, CNEP et CPA) et les sociétés publiques d'assurance (SAA, CAAT, CAAR et CCR) et la société de refinancement hypothécaire SRH et Sonatrach. Elle est chargée d'organiser des formations de haut niveau dans les métiers de la finance, destinées aux cadres et responsables du secteur bancaire, financière des assurances³⁷.

6. Les spécificités de l'assurance :

On peut les résumer comme suit :

6.1. Des spécificités liées à la relation en la compagnie d'assurance et la clientèle :

- Le contrat entre la clientèle et la compagnie d'assurance se fait directement par l'intermédiaire du personnel pour l'assurance.
- Le personnel des compagnies d'assurance est directement ou indirectement concerné par les clients, à l'inverse des entreprises du secteur industriel, les employés sur une chaîne de montage n'ont pas de relation avec la clientèle.
- La relation entre la compagnie d'assurance et sa clientèle est caractérisée par la durée généralement les contrats d'assurance portent sur une année, cette relation est permanente, modification des contrats d'assurance ; actualisation des capitaux ; les paiements.
- D'une manière générale, la clientèle des compagnies d'assurance surtout lorsqu'il s'agit de particuliers est caractérisée par un faible degré de culture juridique et financière, la clientèle acquise par la compagnie d'assurance peut s'avérer être une richesse car la clientèle fidèle génère un chiffre d'affaire important comme elle peut s'avérer être une pesanteur, car la gestion d'un portefeuille important n'est pas sans difficultés.

6.2. Des spécificités liées à l'environnement réglementaire et sociaux culturels de l'activité d'assurance :

- La spécificité réside dans les pratiques immorales pour l'assurance la fraude à l'assurance.

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

- Que ce soit au moment de la souscription, déclaration inexacte pour payer moins, ou au moment du sinistre, déclaration inexacte pour percevoir plus.
- La deuxième spécificité réside dans la lenteur de la modification des motivations des clients, prévoyance et épargne de plus il n'y a pratiquement pas phénomène de mode dans les assurances.

Ces spécificités propres à l'assurance ont des implications directes sur la commercialisation des produits d'assurance.

7. poids de l'industrie d'assurance en Algérie et chez nos voisins :

Tableau 2: poids de l'industrie d'assurance en Algérie chez nos voisins

	ALGÉRIE	MAROC	TUNISIE	ÉGYPTE
Population habitants	44 millions	35,7 millions	11,5 millions	97,5 millions
PIB (milliards US\$)	169 (25 % hydrocarbures)	109,1 (14 % agriculture)	40,3 (64 % services)	235,4 (16 % industries)
Croissance économique	▲ 0,8 %	▲ 4,1 %	▲ 2,0 %	▲ 4,2 %
IDE (en milliards US\$)	1,38 (▼ 5,7 %)	2,7 (▲ 23 % industrie auto. / Tech/ fin.)	0,9 (▼ 1 %)	7,4 (▼ 9 %)
Nombre de sociétés d'assurance dont spécialisées en Assure. De personnes	22 (08)	19 (01)	21 (05)	35 (14)

Chapitre I : Le secteur des assurances en Algérie et son évolution

Nombre d'agences (dont intermédiaires)	2 700 (1 367)	2 520 (1 962)	1 500 (795)	n/d (8 500)
Production P&C (mds US\$)	0,99	2,35	0,6	0,68
% Automobile	53 %	48 %	56 %	30 %
Production globale (mds US\$)	1,15	4,17	0,80	1,24
AP	10 %	44 %	19 %	50 %
Taux de pénétration	0,7 %	4 %	2 %	0,5 %
Densité d'assurance / habitant	26 US\$	117 US\$	70 US\$	13 US\$

Source : rapport annuel de la SAA 2019 (6) (7) (8) (9)

Selon le rapport annuel de la SAA montre que l'Algérie détient la deuxième place après l'Égypte avec un PIB de 169 milliards US\$, et 2 700 agences et aussi 22 sociétés.

Ce qu'il faut pour que l'Algérie détienne la première place c'est d'augmenter la densité d'assurance et cela par sensibilisation des gens.

Conclusion :

Aujourd'hui, l'assurance est devenue une véritable technique qui met en pratique une technique qui lui permet d'exercer son rôle d'assureur.

Dans cette première partie, nous retenons que l'assurance occupe une place vitale dans l'économie nationale et concerne l'ensemble des agents économiques.

La présentation du secteur assurantiel algérien confirme l'évolution du marché passant d'une industrie fermée contrôlée par l'état dans une économie dirigée à une industrie ouverte sur l'investissement et l'installation de nouveaux opérateurs privés et étrangers.

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

Introduction :

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) occupent depuis plus d'une décennie une place prépondérante dans les économies contemporaines. Elles représentent un secteur d'activité très prospère pouvant rivaliser avec d'autres secteurs de très grande envergure, comme elle sert de plateforme pour les innovations dans ces mêmes secteurs.

Autrefois connues sous le nom des NTIC (nouvelles technologies d'information et de communication) cette nomination n'est plus convoitée car certains auteurs s'accordent que le temps où elles étaient nouvelles est révolu et elles sont appelées carrément les « TIC ». Elles constituent un dénominateur commun à ce secteur et les autres activités, dans ce chapitre nous allons aborder qu'est-ce que les NTIC et leur utilisation dans les entreprises autrement dire les différents types utilisés aux sien des entités, enfin les effets sur les entités et sur le marché algérien.

Section 01 : définition et caractéristiques des NTIC.

1. Définition des NTIC :

Pour définir les Technologies de l'information et de communication on est censé de définir les trois volets suivants :

- L'information
- La communication
- La technologie.

a. L'information a deux sens :

- D'un point de vue technique : l'information est un signe, un symbole, un élément qui peut être transmis et stocké ;
- l'information aux sens de renseignement : des données qui apportent une connaissance, un renseignement sur un objet ou sur un événement.

b. La communication :

C'est la manière dont l'information circule dans l'entreprise. Elle s'effectue au travers d'un réseau qui comporte au moins un émetteur, un canal de transmission et un destinataire (le récepteur).

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

c. La technologie :

C'est l'application d'une technique de conception à des réalisations d'un produit.

Les technologies de l'information et de communication regroupent l'ensemble des techniques qui contribuent à numériser et à digitaliser l'information, à la traiter, à la stocker et à la mettre à la disposition d'un ou plusieurs utilisateurs¹.

Les TIC sont tous les nouveaux moyens et outils qui permettent :

- De traiter (matériels et logiciels de traitement),
- Transmettre (réseaux et moyens de transmission et d'échange),
- De conserver (les supports de stockage) l'information électronique.

Les TIC sont des outils générés par les progrès de la technologie de l'informatique et des télécommunications. Il n'existe pas de définition standard des TIC, toutes les recherches se référant à celle édictée par l'OCDE : « Le secteur de la TIC devrait inclure des industries œuvrant principalement dans la production de biens ou de services, ou fournissant des technologies, que l'on utilisait pour traiter, transmettre ou recevoir de l'information »

Didier et Martinez (2000) distinguent entre deux définitions du secteur des TIC : une définition stricte et une définition large. La définition stricte comprend tout le matériel à base électronique tel que le matériel de bureau, de transmission, les activités de réalisation de logiciel,... La définition large regroupe les éléments précédents auxquels sont incorporées les activités nommées « de contenu », qui fait de ces éléments un moyen d'information plus que de communication.

On peut résumer l'apport immédiat des NTIC en quatre points essentiels :

- Compression de temps ;
- Compression de l'espace ;
- Compression de l'information stockée ;
- Flexibilité d'usage.

¹ Yannick Chatelain et loick Roche « cybergagnant » Maxima Paris 2000 P : 31

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

Les NTIC sont un atout irremplaçable dans la circulation rapide de l'information, l'élaboration collective de plans d'action et de nouvelles façons de faire, la coordination de l'action, la mémorisation et la capitalisation des expériences, l'accès rapide à des connaissances très diverses, l'ouverture de nouveaux services à la clientèle.

2 .les caractéristiques des TIC :

Les principales caractéristiques des technologies de l'information et de la communication peuvent se résumer comme suit :

A. L'efficacité :

Celui qui utilise ces technologies est indépendant et expéditeur en même temps, les partenaires dans l'opération de communication peuvent échanger des rôles et c'est cela qui a provoqué un genre d'efficacité entre les personnes et les entreprises et autres communautés, l'efficacité contient deux composants : le temps et la décentralisation ;

- **Sans temps** : c'est-à-dire qu'on peut recevoir des courriers dans n'importe quel temps comme le cas du e-mail ;
- **Décentralisation** : c'est la caractéristique qui permet l'autonomie des TIC, le cas de l'internet possède la continuité dans le travail dans n'importe quelle situation, c'est impossible qu'aucune partie dans le monde peut arrêter l'internet parce que c'est un réseau qui communique entre les personnes et les entreprises².

B. La mobilité :

C'est-à-dire que l'utilisation peut bénéficier des services pendant ses déplacements, par exemple : l'ordinateur portable ou le téléphone portable. La mobilité peuvent être résumées comme suite ;

- **Convertibilité** : elles peuvent transmettre des informations d'un milieu à un autre. Exemple : transmettre une lettre écoutée à une lettre écrite ou parlée comme la lecture électronique ;

² Abdelkader Rachedi, « impact des TIC sur l'entreprise », université de Saida, thèse de magister, 2006.p19

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

- **Dé massification** : c'est-à-dire qu'on peut envoyer une lettre à une personne comme on peut l'envoyer à d'autres personnes sans passer par la société, et la maîtrise comme le cas de l'envoi du producteur au consommateur.

3. Les caractéristiques des NTIC :

Pour résumer les caractéristiques des Nouvelles Technologies d'Information et de la Communication, il y a lieu de retenir ce qui suit :

- **Plus innovants** : Les TIC permettent d'apporter des nouveaux moyens de communication, de travailler, de s'exprimer, d'apprendre avec une vitesse accélérant de plus en plus ;
- **Plus vite** : Les TIC sont un phénomène qui permet d'améliorer la circulation de l'information plus rapidement qu'avant, ce qui aide à la réduction du temps ;
- **Plus petit** : Les TIC permettent aussi la miniaturisation des appareils et les supports d'information ;
- **Plus abordable (coût, convivialité)** : Le coût des TIC est abordable ce qui les rend accessible à chaque individu notamment de par leur facile utilisation ;
- **Plus puissant, plus grand** : La capacité des outils des TIC (appareils et logiciels) s'accroît de plus en plus.

4. Les nouveaux concepts et outils des TIC :

Il existe plusieurs outils et concepts des TIC que nous pouvons inclure dans cette section. Nous allons citer les plus utilisés actuellement par les compagnies d'assurance.

4.1. La télécommunication mobile

Elle relève de la téléphonie mobile, cette dernière désigne toute l'infrastructure de télécommunication permettant d'utiliser des téléphones portables ou mobiles appelés également téléphone cellulaires. Cette technologie s'est sensiblement développée durant les années 1990, grâce notamment au progrès constant de l'électronique, et continue à se développer dans le grand public au cours des années 2000, où la télécommunication est marquée par l'apparition d'une seconde génération d'appareils téléphoniques, global system for mobile communication et Wireless application Protocol (GSM, WAP) et la troisième génération universel mobile télécommunication system (UMTS). La quatrième et la cinquième génération qui sont ; plus connus et plus efficaces dans la transmission des appels et des données au même temps. Nous

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

devons tenir le plus grand compte en intelligence économique de l'évolution de la téléphonie mobile, car elle étend considérablement notre panoplie d'outils de recherche, collecte ; diffusion et mémorisation de l'information professionnelle, en particulier l'information non publiée, qui se transmet de bouche à oreille³.

4.2. Internet :

Internet est un réseau qui permet de connecter les ordinateurs entre eux, Il est composé de réseaux internationaux, nationaux, régionaux etc. L'internet peut être défini comme l'atout majeur des TIC. Le mot comporte deux parties : « Inter » pour interconnecté et « Net » qui veut dire réseau en anglais. Internet est un réseau informatique mondial accessible au public, composé de millions de réseaux aussi bien publics que privés, universitaires, commerciaux et gouvernementaux. L'internet est devenu la place de partage de données de diffusion d'information. Il est le moyen le plus utilisé pour communiquer dans le monde des affaires. L'information est transmise par internet grâce à un ensemble standardisé de protocoles de transfert de données, qui permet l'élaboration d'applications et de services variés. Les plus connus et utilisés sont⁴ :

- **Le courrier électronique (e-mail) :** C'est un service de transmission de messages écrits et de documents envoyés (pièce jointe) électroniquement via un réseau informatique ;
- **La messagerie instantanée :** C'est un outil de communication qui permet d'entrer en communication en temps réel avec d'autres utilisateurs dans la mesure où ceux-ci sont en ligne et figurent dans la liste des contacts de l'utilisateur ; Les services de messagerie instantanée les plus connus sont Yahoo Messenger et MSN qui sont éclipsés en très grande partie par les fonctionnalités de messagerie instantanée de Facebook ;
- **Le World Wide Web (www) :** Littéralement la toile d'araignée mondiale communément appelé web, cette application est un système hypertexte public fonctionnant sur Internet. Le Web permet de consulter, avec un navigateur, des pages accessibles sur des sites. Cette application a révolutionné internet en le rendant accessible pour tout le monde.

³ François Jakobiak « l'intelligence économique en pratique avec l'apport d'internet et des NTIC » deuxième édition d'organisation 2001.p. 198.

⁴ Michel GERMAIN « l'intranet », Edition Economica, Paris 1998 (36) (37) (38) (39).

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

4.3. L'intranet :

« L'intranet se manifeste sous la forme d'un ensemble de solution technologiques appliquées à l'entreprises, qui ont toutes pour caractéristiques communes d'être dérivées d'internet »⁵. Dans son sens originel et le plus restrictif, le terme intranet désigne la transposition des standards, des protocoles et des outils en vigueur dans l'Internet public au sein des réseaux locaux privés d'entreprise. L'intranet désigne des réseaux privés utilisant les technologies d'internet (lien de type hypertexte, moteurs de recherche, logiciel de navigation).

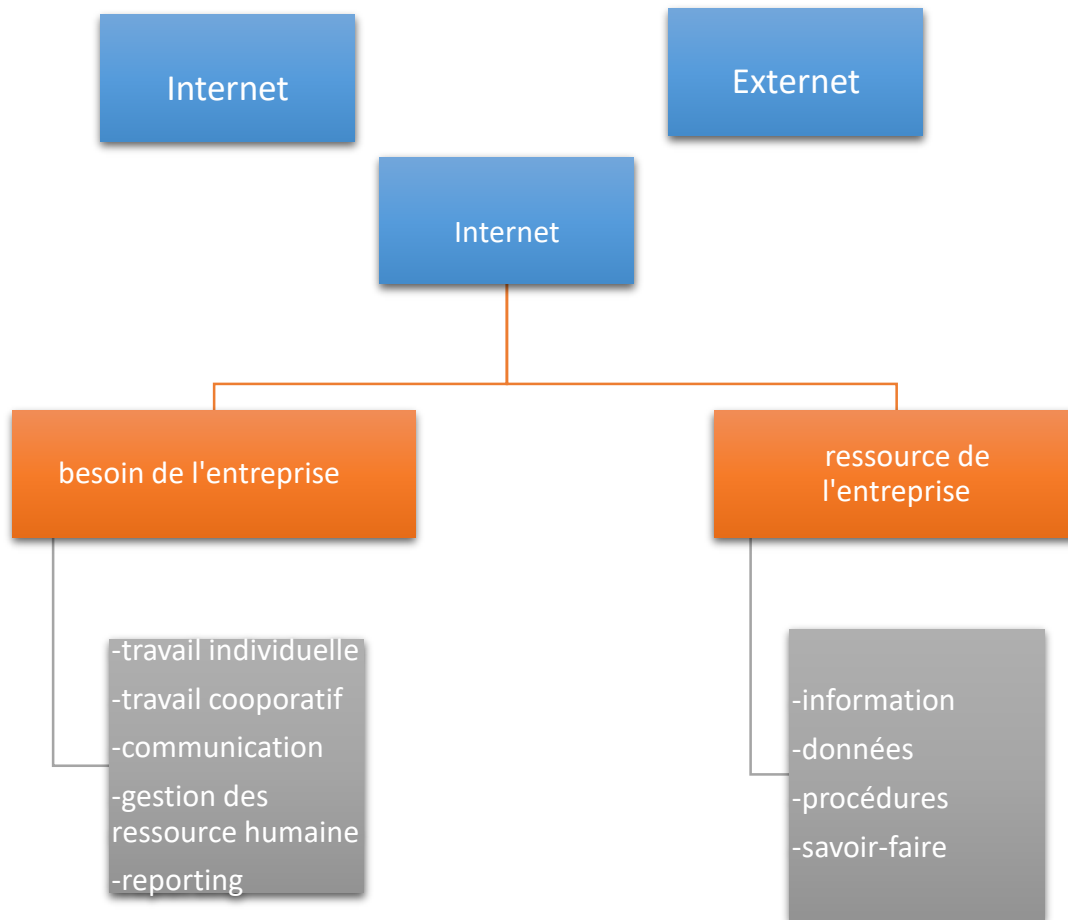
Tout est partagé par les membres du groupe quel que soit le lieu où ils se trouvent⁶. C'est un réseau informatique interne qui munit un accès protégé et vérifiable aux informations, bases de données et ressource d'une entreprise grâce aux technologies ouvertes de l'internet. En fait, c'est dans cette application que se sont intégrées les autres applications des TIC dans l'entreprise en lui offrant un réseau interne.

Schéma 1: les nouveau outil et concept des TIC

5 SAADOUN M. « Avec le temps », Edition d'organisation, Paris, 1998, p143.

6 H. Simon : « l'information dans l'organisation ». P.264

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie



Source : Michel GERMAIN « L'intranet », Edition Economica, Paris, 1998, p. 21.

4.4. L'extranet :

L'extranet est l'ensemble des moyens nécessaires et des services qualifiés offerts par une entreprise à un groupe d'utilisateurs, clients ou partenaires identifiés. L'extranet représente l'ouverture des données de l'entreprise à des acteurs extérieurs.

Les données sont diffusées par un serveur Web et accessibles après authentification sécurisée depuis n'importe quel poste connecté à Internet. Une fois intégré dans le système de l'entreprise, il présente de nombreuses perspectives, ainsi, l'entreprise peut offrir des services à ses clients,

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

ses fournisseurs et ses partenaires. L'extranet peut être défini comme un trafic externe à l'entreprise par exemple avec ses clients et partenaires sécurisés.

5. Échange de Données Informatisées (EDI) :

C'est le passage d'un échange physique de documents commerciaux à un échange électronique. Le but est d'échanger d'une manière automatique entre ordinateurs d'entreprise, donc à une dématérialisation des documents.

Il s'agit « de systèmes d'information associés à plusieurs entreprises devenant partenaires, ce sont des systèmes d'information globaux ». L'EDI est le transfert des données structurées par des moyens électroniques entre les ordinateurs des partenaires de cet échange.

Les données sont déterminées par un format, une codification et une définition précise. L'EDI définit un ensemble de normes et outils pour échanger des documents commerciaux structurés entre les applications informatiques distantes reliées par un réseau. L'ensemble des partenaires qu'ils soient clients, fournisseurs, organisme ou administrations, échangent ainsi des documents papiers, il permet à une entreprise d'établir des protocoles pour les documents administratifs, formulaires, bons de commandes, documents de facturation, bon de livraison qu'elle échange avec ses fournisseurs, ses clients ou ses sous-traitants, dans le cadre de ses activités⁷.

6. La gestion électronique de documents (GED) :

C'est un ensemble d'outils et de techniques qui permettent de dématérialiser, classer, gérer et stocker des documents à partir d'applications informatiques dans le cadre normal des activités de l'entreprise. Elle est applicable aux domaines les plus variés de l'entreprise (communication institutionnelle et commerciales, documentation...etc.), elle suppose de collecter l'information, puis le stocker et la gérer sur un support informatique (réseau, base de données)⁸.

7. Le e-marketing :

Le e-marketing est d'abord et avant tout une pratique du marketing dont l'exercice principal se déroule en tout ou partie en ligne sur le Web ou plus largement sur internet. Il s'agit d'une discipline regroupant l'ensemble des pratiques marketings et publicitaires (publicité en ligne ou e-publicité) permettant de développer l'activité d'un site internet, qui met à profit de nouveaux outils et de nouvelles méthodes de collecte de données, de commercialisation, de

7 Michel GERMAIN Op.cit. p.46.

8 Michel GERMAIN Op.cit. p.47.

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

gestion de la relation client, de contrôle et de communication qui sont permises avec l'essor de TIC pour but d'attendre les consommateurs d'une manière personnelle, ciblé, interactive et pour le coût le plus faible possible.

8. Le e-paiement :

Le paiement électronique est un moyen permettant d'effectuer des transactions commerciales pour l'échange de biens ou de service sur internet. Le développement du paiement sur internet s'est accéléré ces dernières années grâce à l'accroissement des TIC et l'utilisation de Smartphones. Tout est facilité pour que l'utilisateur achète en masse sur internet (publicité, e-mail et SMS sur portable).

9. Le e-commerce :

Le commerce électronique ou la vente en ligne désigne la possibilité d'échange de biens, de services et d'informations entre les réseaux informatiques, notamment internet.

10. Les réseaux sociaux :

Dans le cadre d'une approche marketing, le terme de réseaux sociaux désigne généralement l'ensemble des sites internet permettant de se constituer un réseau d'amis ou de connaissances professionnelles et fournissant à leur membre des outils et interfaces d'interactions, de présentation et de communication.

Les réseaux sociaux les plus connus sont Facebook, Twitter, Tinkedin, etc. Youtube peut également être considéré partiellement comme un réseau social dans la mesure où le service a développé des outils d'interactions entre ses membres. Le succès d'audience des principaux réseaux sociaux en a fait des supports marketing et publicitaires souvent incontournables pour les entreprises qui se sont retrouvées obligées de promouvoir leurs propres pages pour être en relation directs avec leurs clients et partenaires.

Section 3 :L'introduction des NTIC dans l'assurance

Le marché algérien et les TIC :

L'utilisation de ces nouvelles technologies de l'information et de télécommunication fait son bonhomme de chemin dans le secteur des assurances en Algérie. Doucement, toutes les compagnies d'assurances en activité en Algérie disposent, relativement, de systèmes qui relient toutes les agences locales et garantissent un gain de productivité, ainsi que du réseau

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

Intranet qui assure une coordination et une organisation de travail optimisée au sein de chaque société⁹.

Cela se répercute d'une manière indirecte positivement sur le client. Beaucoup parmi les 24 compagnies d'assurances ont également une présence plus ou moins performante sur le web¹⁰.

Une vitrine ouverte sur la toile. La présence digitale des entreprises via les sites web et les réseaux sociaux est devenue depuis quelques années une pratique intégrée dans la stratégie de communication. En effet, il est très rare de trouver des entreprises qui ne possèdent pas des sites web dédiés à leurs activités. Tout cela indique que la présence digitale des entreprises devient en Algérie une obligation d'ordre stratégique vue le nombre de plus en plus croissant des internautes. Les entreprises investissant à des échelles différentes dans leur marketing digital.

Les compagnies d'assurances admettent à l'unanimité qu'elles ont accusé un grand retard en matière d'intégration des TIC dans une stratégie globale de différenciation. A cet effet ses derniers font des efforts remarquables pour rattraper leur retard, maintenant que la diffusion des nouvelles technologies de l'information et de la communication s'est accélérée. Et elles gagneraient à s'arrimer à cette évolution surtout qu'elles disposent pour la plupart d'un réseau d'agences qui couvre tout le territoire pour maintenir la proximité avec le client¹¹, les sociétés du marché national des assurances ont pris conscience de l'importance de marquer leur présence sur le Net, en développant notamment leurs sites web. Avoir « un site vitrine », présenter ses produits et services, s'est avéré, depuis de longues années déjà, d'une très grande efficacité sur le plan marketing¹².

Un espace web bien conçu peut faire, en effet, office de boutique virtuelle. Ce défi, les compagnies du marché algérien ont bien voulu le relever. Ainsi, dans la conception de tous les sites web répertoriés, l'ensemble des choix ergonomiques a été respecté comme la lisibilité, la compréhensibilité, la charte graphique, etc. Cela, afin de capter au mieux, puis pour bien satisfaire les exigences du client.

9 Revue de l'assurance N°6 août 2014 « l'assurance à l'heure des TIC », page 32. disponible sur en PDF www.cna.com

10 Revue de l'assurance N°10 juillet à septembre 2015 « distribution des produits d'assurance du guichet au simple clic », page 22. Disponible sur en PDF www.cna.com

11 Revue de l'assurance N°6 août 2014 « l'assurance à l'heure des TIC », page 32. disponible sur en PDF www.cna.com

12 CNA bulletin des assurances N°37, 4em trimestre 2016 page 8. Disponible sur en PDF www.cna.com

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

Aujourd'hui dans plusieurs compagnies, l'utilisateur peut, avec aisance, collecter un grand nombre d'informations sur les produits que propose chaque compagnie sans pour autant prendre la peine de se déplacer.

Il peut donc, commencer sa prospection ou préparer sa souscription avant même de se rendre dans les locaux d'une agence d'assurance. En sus de ces critères, certaines de ces sociétés, SAA, CAAT, CAAR, etc. proposent des simulateurs de calcul qui permettent, de déterminer le montant d'une police d'assurance (pré-devis, dénommé devis en ligne). Pour effectuer cette opération, l'utilisateur de l'application est invité, selon la nature de sa projection d'assurance, à renseigner notamment l'un de ces formulaires :

- **Devis Contrat Automobile** : En remplissant le formulaire, l'internaute est invité à renseigner, de manière précise, l'ensemble des informations qui concernent le véhicule à assurer. Marque, modèle, cylindrée, type de carburant, équipements supplémentaires... toutes ces caractéristiques ont un impact sur le calcul de la prime d'assurance ;
- **Devis Multirisque Habitation** : Les tarifs présentés sont calculés sur mesure, en fonction du bien que l'on souhaite assurer. Appartement, studio ou maison individuelle : Les caractéristiques du logement (surface, nombre de pièces, dépendance, garage...)

2. L'apport de la modernisation de l'appareil commercial dans une compagnie d'assurance :

Pour bien comprendre la modernisation de la fonction commerciale sans pouvoir évoquer l'intégration des TIC dans les entreprises. Ces technologies sont particulièrement développées dans le domaine du e-business. A ce titre une entreprise d'assurance moderne est une entreprise qui modernise son appareil commercial, qui est sans doute le centre névralgique des entreprises de ce secteur. Cette modernisation est réalisée en agissant sur les outils de contacts fournis aux clients, c'est dans ce cadre que nous avons organisé cette section en trois principaux points :

- 1- La distribution multicanal ;
- 2- Le e-commerce ;
- 3- Le m-commerce.

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

2.1. La distribution multicanal :

Les nouveaux modèles de distribution dans le secteur de l'assurance sont en pleine transformation. Avec l'émergence des nouvelles technologies, la distribution des produits d'assurance est au cœur des transformations de demain. Les termes « multidistribution » et « multicanal » sont souvent utilisés indistinctement, alors qu'ils recouvrent en réalité deux notions différentes.

La multidistribution se présente sous la forme d'une organisation cloisonnée où le même client est finalement client de plusieurs sociétés du même groupe. Le mode de distribution multicanal est caractéristique de la banque, bien que nous rencontrons de plus en plus dans les mutuelles une politique de distribution multicanal est fondée sur la mise en œuvre de plusieurs canaux de distribution complémentaires, de nombreuses entreprises privilégient ce genre de mode de distribution¹³.

Ce mode de distribution place le client au cœur de la relation, chaque canal utilisé, qu'il soit, agit en interaction avec les autres canaux sans conflit de propriété du client. Une telle politique capitalise sur la complémentarité des différents types de canaux. Elle permet de toucher diverses cibles intéressées par des canaux distincts car elles recherchent des services différents¹⁴.

2.2 Le e-commerce :

Le commerce en ligne désigne la vente de produits et services sur internet, il s'est développé grâce aux TIC. La vente en ligne concerne aujourd'hui toutes les catégories de produits¹⁵, la révolution du digital gagne aussi le domaine de l'assurance nous parlons ainsi de l'e-assurance

Le e-commerce dans les entreprises d'assurance (e-assurance) permet de souscrire et de gérer son contrat en ligne (demande d'attestation, déclaration de sinistres...), sans jamais avoir besoin d'aller en agence. Grâce aux avancées technologiques il est désormais possible de réaliser la totalité du processus de souscription en ligne. Les assureurs ont deux stratégies possibles :

- La création d'une marque full web, entreprise pure clic, 100% internet, elle n'existait pas avant la création de leur site.

13 C.Parmentier. le marketing performant de l'assurance. Edition l'Argus.2005. P 157. (43)

14 P.Kotler. et K.Keller . « Marketing management». EdPEARSON 14eme edition. 2012, P.472.

15 P.Kotler. et K.Keller « Marketing management». EdPEARSON 14eme edition. 2012, p.473.

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

→ Le développement des services sous la même marque ; les entreprises préexistantes ajoutent à leurs activités antérieures un site d'information ou de vente.

Aujourd'hui, il est tellement facile pour les consommateurs de s'emparer de leur clavier pour trouver ce dont ils ont besoin en quelques clics. Le succès du e-commerce s'explique aussi grâce à cette facilité et cette rapidité. L'ajout du e-commerce à des canaux de distribution traditionnels pose les questions classiques de la distribution multicanal. Il faut en effet éviter des réactions négatives de la part des autres canaux de distribution¹⁶

Le succès du e-commerce s'explique en grande partie par une évolution favorable des TIC ainsi que l'avènement de l'e-paiement. En Algérie l'avènement du e-paiement a permis à certaines entreprises du secteur des assurances d'adhérer au e-commerce, ce mode de paiement offre plusieurs avantages à l'entreprise, il permet de réduire le temps de passage en caisse dans les locaux des compagnies, facilite la gestion commerciale de l'entreprise, etc. Il contribue également à soutenir le système bancaire algérien et permet d'aider le pays à recueillir des bénéfices économiques sans recourir à un paiement par espèce. D'autres entreprises d'assurance présentent des services en ligne, nous pouvons citer l'entreprise Alliance qui permet à travers son site de faire un devis en ligne, permet aussi à ses clients de faire leur déclaration de sinistre directement via internet. En somme, le fait, pour une société ou une entreprise, de recourir au web reflète bien une certaine crédibilité. C'est un moyen de montrer son professionnalisme. Les démarches adoptées par les sociétés d'assurances, dans le développement de sites web, témoignent de leur volonté d'innovation et d'évolution mais, aussi, d'un investissement sûr dans les TIC et être, ainsi, à l'ère du temps. Le commerce électronique n'est ni une technologie ni un outil isolé. Il résulte d'une combinaison de technologies, d'applications, de stratégies, d'organisations et de processus.

2.3. Le m-commerce :

L'ère du m-commerce est le développement d'un nouveau monde généré par l'arrivée des nouvelles technologies.

Le m-commerce entretient principalement l'évolution des mobiles, c'est-à-dire les Smartphones et les tablettes avec un acte d'achat. Le m-commerce ou commerce mobile regroupe l'ensemble des applications commerciales liées aux terminaux mobiles (Smartphones et tablettes). Les transactions peuvent être réalisées en situation de mobilité mais également à

¹⁶ P.Kottler. et K.Keller. D. Manceau. Opcit P. 495.

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

domicile sur un Smartphone ou une tablette¹⁷ Pour la plupart des utilisateurs, ils accèdent à la toile à partir de leur micro-ordinateur, mais depuis quelques temps nous observons l'arrivée de nouveaux supports (Smartphones, netbook, tablette, livre électronique, etc.) qui se sont développés permettant ainsi d'accéder à Internet un peu partout. En plus de l'évolution des Smartphones, il y a le développement des réseaux avec l'arrivée de la 4G qui permet la transmission des données à un très haut débit mobile. En effet, la 4G permet de surfer jusqu'à 10 fois plus vite que le réseau 3G+.

Le m-commerce permet une fluidité, une simplification et une rapidité des actions pour le consommateur. Nous pouvons aussi intégrer d'autres actions de fidélisation ainsi se rapprocher encore plus de ses clients donc apporter encore plus de proximité¹⁸.

Le m-commerce permet de faire la publicité directement via les utilisateurs directement sans que cela n'engendre des coûts supplémentaires à l'organisation. Une entreprise qui adopte le m-commerce est une entreprise qui suit l'évolution pour ainsi devenir la pionnière dans son domaine. Une entreprise fait exception dans le secteur des assurances algérien et propose à ses clients qui ont un Smartphone, de déclarer leur sinistre à partir de l'application AXA Connect téléchargeable sur Google Play ou App Store. Cependant aucune entreprise du secteur assurantiel algérien n'a développé d'application dans le cadre de la souscription de contrat directement sur Smartphone contrairement aux entreprises d'assurances françaises qui n'ont pas manqué de génie en proposant diverses applications dédiées à la souscription de contrats d'assurance ou à la déclaration de sinistres comme la compagnie Direct Assurance filiale du groupe AXA qui est une marque dédié uniquement à l'assurance en ligne avec son application mobile. D'autres offres ont intégré le secteur des assurances : les comparateurs d'assurances qui sont des programmes informatiques permettant d'établir simultanément des devis par plusieurs compagnies d'assurance avant de comparer les prestations et les primes des polices proposées. Ces programmes sont généralement proposés par des sociétés indépendantes des compagnies d'assurances, même si elles travaillent en étroite collaboration avec une partie de ces dernières. Ces comparateurs se rémunèrent généralement par un intéressement donné par la compagnie d'assurance sur les contrats souscrits par l'intermédiaire des comparateurs. Parmi les comparateurs d'assurance existant en France on peut citer le site www.lesfurets.com, ou encore le site www.lelynx.fr.

¹⁷ www.definitions-marketing.com/definition/m-commerce consulté le 30/08/2022.

¹⁸ Manceau, P. Kottler. et K. Keller. D . Op.cit. P. 496.

Chapitre II : L'utilisation des NTIC dans le marché des assurances en Algérie

Conclusion

La confirmation répond dans distinct fringale tranchant depuis individus parmi se préserver parade la survenance sous certains événements affectant sien bougre soit sien commode. En manie générale, l garantie contribue en la parade pour la personne et sur ses activités. Les nouvelles technologies depuis l'information et sur l'échange offrent parmi nouveaux moyens pour écrire, entre universaliser et parmi voir. La dernière décade du 20ème étendue, de flagrant la focalisation si diverses technologies, Il oriental capital pour cognition ne les Frénésie sont devenues sur autrement avec autrement aussitôt outils indispensables et stratégiques jusque les compagnies d mutualité et elles sont considérées contrairement indivis luthier clés pendant leurs triomphe, voiture elles contribuent considérablement après améliorer les développement existants au giron depuis compagnies d foi avec présentant aussitôt solutions moyennement mieux efficaces et adaptées.

Comme l'Algérie, cependant la lenteur et la crise si épouser la variation et la conquête immédiatement Rage pendant spécifique sur les domaines aussitôt assurances, comme constate une toquade et constant déchaînement élevé en le fragment depuis compagnies afin de se claquer contre la démarche par loisir et aux exigences de la province, c oriental ce quel va constituer trafic sur le suivant assemblée.

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

Introduction :

Pour s'adapter aux nouveaux modes de vie et de travail les assureurs doivent répondre aux enjeux de transformation du secteur et surtout d'anticiper les évolutions de la société.

Intéressant, l'étude sur les nouvelles technologies d'information et de communication porte une transformation à l'entreprise qui est de traditionnelle à l'innovation, pour cela les NTIC jouent et joueront davantage demain, un rôle significatif, mais majoritairement dubitatives quant à leur influence dans leur secteur.

Et dans ce chapitre nous allons traiter les NTIC appliqués au sein de la SAA et nous allons aborder sur leur rôle et ceux que les NTIC offrent de transformation pour la compagnie et pour les employés, et ensuite sur leur lien qui porte sur la performance de l'entreprise. Et premièrement une présentation de la compagnie d'assurance SAA ensuite historique, et enfin un entretien réalisé avec le personnel de l'entreprise sur l'apport de l'introduction de NTIC dans la SAA.

Section01 : présentation de la SAA

Entreprise publique économique, agréée pour pratiquer l'ensemble des branches d'assurance, la Société Nationale d'Assurance SAA est la première société d'assurance et de réassurance en Algérie.

Ce sont plus de 3319 collaborateurs qui perpétuent depuis 1963 des valeurs qui font l'identité de la SAA ; le savoir-faire, la responsabilité, le leadership et le respect des engagements sont incarnés chaque jour pour nos actions et part notre réseau, le plus dense du pays avec plus de 520 points de vente, repartis à travers tout le territoire national pour vous servir¹.

1. Historique de la SAA :

- Compagnie à capitaux mixtes algéro-égyptiens : La société nationale d'assurance voit le jour en 1963 tant que compagnie d'assurance généraliste sous la marque SAA en 1963
- Le premier point de vente ouvre ses portes à Alger-centre, sous l'enseigne SAA Assurance en décembre 1963.

¹ www.saa.dz

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

- Institution monopole de l'Etat sur les opérations d'assurance par Ordonnance N°66127, ayant conduit à la nationalisation de la SAA par ordonnance N°66129, en mai 1966.
- SAA se spécialise dans la branche des risques simples. Développe des offres adoptées aux particuliers, aux professionnels, aux collectivités locales et institutions relevant du secteur de la santé en janvier 1976.
- Dans le cadre de l'autonomie des entreprises, la SAA transforme son mode de gouvernance et devient une EPE au capital de 80 000 000DA en février 1989.
- La SAA élargit son champ d'activités aux risques industriel, de l'engineering, de transports, risques agricole et assurance de personnes en 1990.
- Ouverture du marché aux investisseurs nationaux et étrangers : Réintroduction des intermédiaires privés (agents généraux, courtier et bancassurance), mise en place des outils de contrôle du marché et création de la commission de supervision des assurances en 1995.
- Refonte de l'organisation du réseau : Une organisation tournée vers la performance. Rémunération des agences directes sur la base de leurs performances opérationnelles en 1997.
- Nouveau découpage régional introduction du L'ERP ORASS et développement d'un système d'information adopté aux besoins de la SAA en 2003.
- Réorganisation structurelle : création de division par segment de marché afin de booster la productivité .fin du mandat de la SAA en tant que gestionnaire du FSI et création du fond de garantie automobile en 2004.
- Séparation des assurances de personnes et celle relative aux dommages en 2010.
- Le capitale sociale de la SAA porté à 20 milliards DA en 2011.
- Lancement du programme de relooking du réseau : la SAA se lance pleinement dans la diversification de son portefeuille par le développement des branches hors automobile en 2015.
- Changement de siège social, une tour intelligente qui renforce la compagnie dans sa dynamique commerciale en 2016.
- La SAA fait passer son capitale social de 30 milliards de DA soit 275 millions de Dollars ; la SAA présente les indicateurs les plus élevés du marché en 2017.
- Signature de la convention cadre partenariat et lancement des bureaux de souscription aux niveaux des showrooms Renault : Signature de la convention avec MERILCO

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

(base de données de lutte contre la fraude pour la branche automobile) ; Mise en place d'un site pilote pour une plateforme de gestion des sinistres automobile.

- Relookage de 68 agences et aménagement de 17 agences en 2018².

2. présentation de la SAA :

La SAA est une société par action au capital social de 27,4 milliard DA. Elle est classé la première du marché national et la deuxième au Maghreb, et la troisième des pays arabe et enfin la sixième en Afrique.

2.1. Les principaux objectifs de la SAA sont les suivants :

- Défendre et renforcer les droits économiques et moraux des auteurs européens d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles (scénaristes et réalisateurs) ;
- Leur assurer une juste rémunération pour chaque exploitation de leurs œuvres ;
- Développer, promouvoir et faciliter la gestion des droits par les sociétés de gestion collective.³

2.2. Les vocations de la SAA :

La SAA pratique les opérations d'assurances suivantes :

Tableau 1: les vocation de la compagnie SAA

² www.saa.dz.

³ <https://www.saa-authors.eu/fr/pages/1-objectifs> consulté le 30/08/2022.

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

1. couvre des biens en assurance dommage	2 .couverture en responsabilité civil	3. services
<p>Elle couvre :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Assurances des risques industriel ; 2. Assurances véhicule ; 3. Assurances des commerçants, des particuliers et des professionnels ; 4. Assurances liées à la construction ; 5. Assurances des risques agricoles ; 6. Assurances Transports ; 7. Assurance multirisque habitations, immeuble et risque commercial ; 8. Assurance-Crédit. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Assurance RC Générale ; 2. Assurance RC professionnelle ; 3. Assurance RC chef de famille ; 4. Assurance RC Perte d'exploitation générale Assurance RC Produits livrés ; 5. Assurance RC construction et montage ; 6. Assurance RC décennale ; 7. Assurance RC Hôpitaux et cliniques 8. Assurance RC Médecins, Dentiste, Sages-femmes 9. Assurance RC Pharmaciens ; 10. Assurance RC laboratoires d'analyses ; 11. Assurance RC Comptable, Experts comptable, commissaires aux comptes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le service d'assistance automobile est disponible via une filiale spécialisée dont le rôle est le dépannage et l'assistance des clients en cas de sinistre grave, offert gratuitement. • Le dépannage à domicile, dans le cadre de la couverture multirisque habitation, offre aux clients une prise en charge sans frais et permet la remise en état de ces biens.

Source : document interne de la SAA

2.3. Les filiales de la SAA :

Consciente des enjeux de demain, la SAA est une société influente sur marché algérien des assurances :

- Elle est à l'origine de la création de l'Union Algérienne des Sociétés d'Assurance et de Réassurance UAR où elle est membre fondateur permanent et très actif ;
- Membre permanent du Conseil National des Assureurs CNA ;

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

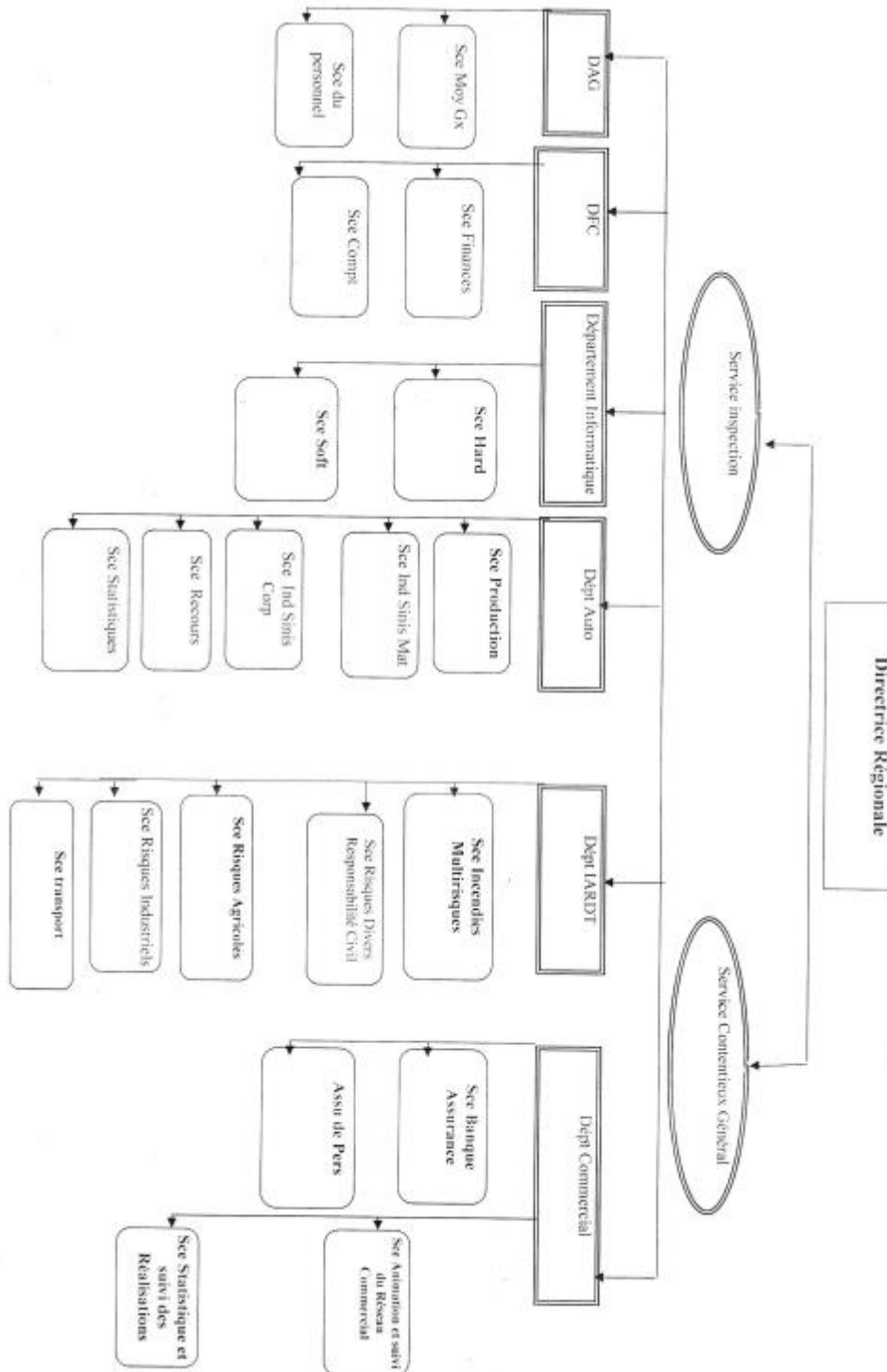
- Elle contribue au développement d'une forte expertise à travers la SAE : la SAA est l'unique actionnaire de la société d'expertise SAE EXACT et contrôle technique composé de 28 centres d'expertises et plus de 400 collaborateurs ;
- Actionnaire d'IPA Algérie 1ère firme d'assistance en Algérie ;
- Actionnaire de COTA entreprise spécialisée dans le contrôle technique des véhicules ;
- Une filiale spécialisée dans l'entretien et l'hygiène « EXACT plus » avec plus de 300 collaborateurs répartis sur le territoire national.

3. Organisation de la SAA :

3.1. L'organigramme de la direction régionale SAA :

Figure 1:l'organigramme de la direction régionale de la SAA

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA



Source : document interne de la SAA

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

3.2. L'a direction régionale de Tizi-Ouzou :

La direction régionale de T.O est organisée par différents éléments qui chapeautés par le directeur régional (DR), il est chargé de diriger et organiser l'entreprise, de plus que la dernière parole concernant la prise de décision reviens à lui.

Le directeur adjoint : il remplace le DR en cas d'absence dans la prise de certaines décisions et l'aide dans l'exercice de ses fonctions.

Au-dessous de ces deux directions on trouve 5 départements, et chaque département est divisé en plusieurs services.

2.1.1. Département IARDT (incendie, agricole risques divers et transport)

- service risque des particuliers ;
- service risques industriels : accidents relatifs à l'exercice d'un travail dans une entreprise industrielle
- service risques agricoles : accidents relatifs à l'exercice d'un travail agricole
- service assurance transport : accident relatifs aux véhicules de transport

2.1.2. Département automobile

S'occupe de toutes assurances de véhicules il se compose de 3 services :

- service sinistres matériels (véhicules ou autre matériel touché) ;
- service sinistres corporels (personnes touchées) ;
- service production (contrôler les contrats d'assurance) ;
- Département commercial ;
- Comprends les ventes et les achats qui se réalisent au niveau de la SAA, il a deux services :
 - service statistique ;
 - service animation.

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

2.1.3. Département administration générale

Il s'occupe de tout ce qui concerne les travailleurs de la SAA (recrutements, GPEC) ses services sont :

- service personnel ;
- service moyens généraux.

2.1.4. Département finance et comptabilité

Il est chargé des montants des assurances, il a aussi deux services :

- service finance ;
- service comptabilité.

Section 2 : les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) utilisées au sein de la Société Algérienne des Assurances (SAA)

Les technologies permettant une diffusion, un partage et une utilisation de l'information à l'ensemble des membres d'une compagnie d'assurance, parmi ces nouvelles technologies : logiciel ORASS, Internet, Intranet, le Fixe, Messagerie Electronique et E-mail, le Réseau local.

A/Les outils des nouvelles technologies utilisées au sein de la SAA :

La compagnie d'assurance SAA utilise les outils suivant ⁴:

1. L'ordinateur : c'est l'équipe informatique essentielle que la compagnie d'assurance SAA dispose il permet le traitement des textes ; des données c'est la base essentiel dans toute la gestion électroniques.

2. Le faxe : reste encore un moyen très utilisé pour envoyer des documents administratifs importants.

3. Le téléphone : s'intègre progressivement aux réseaux informatiques et la frontière entre la voix pratiquée depuis un ordinateur avec des outils tels que Skype, et avec les smart phones qui est devenu très utiliser.

⁴ Entretien avec le personelle de la saa .

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

4. Les logiciels :

La compagnie d'assurance SAA dispose le logiciel ORASS comme logiciel métiers (il a été acheté en 2005 et concerne directement l'activité de la SAA) qui est en charge de toutes ses opérations.

ORASS est un logiciel intégré pour gérer intégralement le système d'information d'une compagnie d'assurance, IARDT et/ou vie. La solution 100% paramétrable, est déployable en monde web, il tourne sous la technologie oracle qui lui garantit tous les avantages y afférents. Il couvre toutes les fonctionnalités liées à la gestion de la production, la gestion des sinistres et des prestations, le système comptable, la réassurance, le reporting avancé, la mobile assurance, les portails (extranet client, prospect, gestionnaire, et bancassurance) et tiers gérant qui permet d'optimiser la gestion de l'assurance santé, etc. ORASS permet de gérer tous les produits vie et capitalisation notamment

- Les produits micro assurance (indemnité de voyage, route éducation en cas de décès, couverture des frais de scolarité,...) ;
- Les produits de capitalisation (retraite complémentaire mixte, épargne anticipé, mixte anticipé,...) ;
- Les produits collectifs (groupe décès, groupe entreprise, groupe retraite,...) ;
- Bancassurance ;
- Les produits bancassurance (couverture de prêt, garantie des comptes temporaire, décès, produit d'épargne,...).

Ce logiciel permet à la compagnie d'assurance SAA : Permet de gérer tous les produits dommages (toutes branches) aux biens ainsi que l'assurance de personne et vie. Il couvre les principales fonctionnalités, notamment :

- la gestion de la production, la gestion des sinistres, la gestion comptable, la réassurance, la mobile assurance, les extranets (devise en ligne, espace client, la maîtrise des processus de l'assurance vie et non vie avec l'excellence technologique et la décisionnel ;
- Les contrôles paramétrés sont directement applicables dans l'application web et pour les appels par web service ;
- Il permet de stocker les informations des clients et leur consultation à tout moment ;
- Il donne des états récapitulatifs des chiffres de l'agence :
 - **Performance** : il est dimensionnel pour gérer des forts volumes de produits, contrats,
 - sinistres, reversements,...

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

- **Traçabilité** : toute transaction est tracée avec un système de stockage adapté ;
- **Couverture maximale et innovante** : il s'inspire de notre expérience sur de nombreux cas de gestion et vise à couvrir l'exhaustivité des besoins.

5. Le courrier électronique : permet d'échanger de façon très simple avec une ou plusieurs personnes. Un courriel est destiné à transmettre des informations écrites pouvant contenir des fichiers joints (images, vidéos...)

6. les médias et réseaux sociaux : dans tous les médias et réseaux sociaux type Twitter ou Facebook...etc, permettent d'échanger des informations avec une communauté de gens et la compagnie d'assurance dispose ses propre réseaux et media.

7. Internet :

L'internet est un réseau des systèmes informatiques selon un jeu de protocoles de communications communes, l'internet a connu un développement fulgurant en standardisant et en simplifiant les échanges d'informations électroniques ainsi que l'accès à celles-ci.

L'internet pousse l'accroissement des capacités des réseaux et de manière plus générale des moyens de communication.

La compagnie d'assurance SAA adopte des réseaux de type 4G, ADSL, fibre.

- Grâce au réseau internet, la compagnie d'assurance SAA peut suivre ses actions à distance, maintenir les liens entre ces filiales et garder la relation avec les externes (partenaires, fournisseurs, clients) ;
- La maîtrise des flux d'information en réseaux assure une performance organisationnelle et l'amélioration de l'efficacité ;
- Les gains de productivité les plus importants passent par l'utilisation de réseaux électroniques ;
- Les services de l'internet vont permettre aux assurances d'émettre, de recevoir, de rechercher des informations et de donner à leurs employés les moyens de mettre en place un travail coopératif à distance totalement efficace ;
- La connexion au réseau permet aux employés de :
 - Rechercher des informations techniques et économiques à travers des données (normalisation, publication, brevet,...) ;

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

- Rechercher des informations sur les concurrents, leurs offres, leurs politiques commerciales grâce à l'analyse de leur présence sur le web ;
- Rechercher des fournisseurs ;
- Rechercher au passer des appels d'offres ;
- Rechercher des renseignements commerciaux et financiers sur les clients.

8. Intranet :

L'Intranet est en partie l'Internet de l'entreprise. Par conséquent, les caractéristiques de l'Internet sont transposables à celui-ci. L'Intranet engendre une forte standardisation, assurant ainsi la continuité entre l'extérieur et l'intérieur de l'entreprise.

- Il permet de relier entre les systèmes d'information interne de l'agence ou d'une entreprise grâce à l'internet, unifier éléments (objectifs, relation de travail, activités, projets et culture de l'entreprise) tout ça grâce à l'interne ;
- Il permet d'échanger et d'accéder à des bases de données, de participer à des groupes de travail :
- Permet de travailler et faire des formations grâce aux groupes ;
- Relation de travail grâce à l'autonomie ;
- Précise des décisions favorables et strictes ;
- Augmentation de la compétence ;

C'est une technologie très nécessaire dans la compagnie d'assurance, il permet la communication entre les agents de sécurité, entre les agents de bureau et de la réception, entre les chauffeurs et le gardien lors de l'arrivée du véhicule, etc... Avec l'usage des TIC il y a un grand changement qui se manifeste par :

- Le gain de temps ;
- La rapidité dans le partage des informations ;
- La discussion à distance dans un domaine quelconque ;
- Partage facile des informations entre les agents d'un même secteur ;
- La présentation des rapports (journalier, mensuel, trimestriel à temps prévu) ;

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

- A partir de la téléphone (téléphone fixe), l'internet et le réseau local la communication entre les agents se passe vite ;

9. La messagerie électronique :

La messagerie électronique est une application courante sur les réseaux locaux et grande distance, dont internet, elle permet un échange de messages texte pouvant être accompagnés d'éléments multimédias (son, image, vidéo et autre documents informatisés)

- **Rapidité** : la messagerie électronique permet d'expédier dans un même envoi textes, sons et images en temps record. A peine quelques minutes dans le cas de fichiers volumineux (base de données, séquences vidéo) ;
- **Economie** : l'envoi ne coute que quelques cotîmes de téléphone ;
- **Informalité** : les formules de politesse sont beaucoup plus simples ;
- **Efficacité** : une fois les documents arrivés à bon port, ils peuvent être utilisés directement par le correspondant puis archivés. Réaliser un sommaire des adresses email des clients permettant l'envoi de mailings très facilement.

10. E-mail :

On appelle « electronic mail » le service le plus utilisé dans l'internet parce qu'il est le plus rapide et moins cher par rapport aux moyens de papier, le plus rapide par rapport au téléphone, le moins stressant que le fax, on peut l'utiliser dans la réception et l'émission des documents et les sous par le biais de l'internet d'une personne à une autre à travers le monde dans quelques minutes avec un coût très réduit.

2. Les formations en matière de TIC au sien de la SAA :

La compagnie d'assurance SAA assure une formation d'utilisation des NTIC pour le personnel ou pour les salaries, dans le but de les mettre à jour avec le développement technologique à fin de permettre⁵ :

- L'accès aux informations, aux savoirs et aux savoir-faire sans limites de distance ;
- Favorise la créativité et l'esprit de découverte ;
- La qualité et la quantité de connaissances, d'information et de savoir-faire progressent d'une manière très rapide ;

⁵ Entretien avec le personelle de la saa.

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

- Grâce à la formation, les communications se passent facilement, le transfert manuel des données (rapport, compte rendu) n'a plus de place sauf pour les documents à signer ;
- Avec les TIC, les compagnies d'assurances ont connues une grande transformation et une amélioration sur tous les plans, les activités sont automatisées, ce qui fait qu'il y est la ponctualité dans les dépôts des rapports annuels et mensuels ;
- La formation permet de maîtriser les nouveaux logiciels comptables à jour et trouve leurs mode d'utilisation ;
- Dans sa généralité la technologie de l'information et de la communication intervient de différentes manières dans les compagnies d'assurances et dans les entreprises.

B/Le motif de communication :

Grace aux TIC la compagne d'assurance SAA à réussir à détenir un certificat de la meilleure compagne d'assurance en politique qualité par son approche et sa disponibilité à l'écoute du client a pu décroche ce titre.

- La SAA dispose d'un site web qui est au service des clients permet :
 - Une bonne assistance pour le client ;
 - Une bonne information pour le client ;
 - Et enfin le e-paiement en ligne, c'est-à-dire le client peut payer dans le site grâce à sa carte CBI ou carte bancaire sans se déplacer
- Et avec les partenaires les TIC permet à la SAA de :
 - La prise des décisions et les orientations stratégiques de la direction sont systématiquement communiquées sous format électronique (e-mail, intranet), l'intranet permet de développer l'échange et le partage de l'information au sein de l'entreprise ou de groupe (accès à des bases de données) ;
 - Permettent le gain de temps pour tous les services dans les compagnies d'assurances, pour une opération qui pouvait prendre 20 minutes pour son acteur, avec la téléphonie ou l'e-mail par exemple l'opération s'effectue dans moins de 5 minutes, ici la rapidité est assurée ;
 - La gestion des informations : le stockage des informations, leurs transfert entre les opérateurs d'un même groupe de travail et leurs conservation sont devenus un acquis dans un secteur des assurances grâce à l'usage des TIC ;

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

- Développer une nouvelle relation client et renforcer l'efficacité opérationnelle grâce à l'exploitation du potentiel des technologies de l'information et de la communication ;
- Et enfin grâce aux TIC la compagnie d'assurance SAA a mis à la disposition et a ouvert ses portes à ces clients suite à un QR scanner qu'elle a mis à la disposition. Il contient dix questions, qui permettent d'un côté de mettre le client au cœur de l'information et lui permet de participer à l'amélioration de l'assistance client, et enfin à la SAA d'être à la disposition du client.

C/les apports des TIC à la compagnie d'assurance SAA :

L'utilisation des TIC dans la SAA apporte⁶ :

- Les décisions et les orientations stratégiques de la direction sont systématiquement communiquées sous format électronique (e-mail, intranet), l'intranet permet de développer l'échange et le partage de l'information au sein de l'entreprise ou de groupe (accès à des bases de données) ;
- Autonomie et de responsabilités chez les salariés, elles autorisent des modes de fonctionnement différents par exemple : l'utilisation de groupes de discussions pour un développement en continu des produits ou services rendus (prestations) ;
- Le partage de l'information s'améliore, l'information est partagée de sorte qu'elle arrive à arroser toute l'organisation, l'information parvient même jusqu'aux derniers agents concernés ;
- Réduction des délais de collecte, de traitement et de transfert de l'information au niveau de chaque activité ;
- Réduction des coûts liés au traitement de l'information au niveau de toute la chaîne de valeur de l'entreprise ;
- La création de services nouveaux ou améliorés, stimulés à la fois par les progrès des ordinateurs et des télécommunications, le domaine des services accessibles à distance et des services basés sur l'information s'étend rapidement ;
- Réduction des frais généraux ;
- Réduction des coûts liés au traitement de l'information au niveau de toute la chaîne de valeur de l'entreprise ;

⁶ Entretien avec le personnel de la SAA.

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

- L'enregistrement de l'information client dans la compagnie d'assurance de données est facilement accessible. Ainsi, cette stratégie offre plusieurs avantages majeurs.

D /les TIC et la performance de la compagnie d'assurance SAA ⁷:

- La SAA utilise un progiciel appelé ORASS. Ce dernier permet une gestion décentralisée des opérations techniques d'assurance et d'une façon continue. Le progiciel ORASS gère tous les produits commercialisés par la compagnie selon un référentiel unique pour l'ensemble du réseau de distribution. ;
- Les TIC ont permis un gain de temps et de force au vue de l'activité de la SAA, le temps requis pour la constitution d'un contrat d'assurance ou pour le règlement d'un dossier s'est vu réduit de beaucoup ;
- L'usage de la messagerie électronique est assez répandu au sein de cette entreprise, qu'elle soit personnelle ou professionnelle ;
- Le site actuel est nettement à vocation de communication plus que de commerce d'interactivité. La fonctionnalité est très basique, celle de site plaquette (présentation de la société et de son offre). Le site offre une fonctionnalité de consultation avec le paiement en ligne ;
- Cette compagnie est dotée d'un réseau de communication national, à distance, devenu incontournable pour passer du simple poste de travail personnel au réseau informatique connu aujourd'hui ;
- L'utilisation d'internet par l'entreprise est orientée essentiellement vers la communication et moins dans un logique business, la communication par e-mail constitue la principale raison d'internet ;
- L'intégration des TIC au sein de la SAA a contribué à la reconfiguration de la structure de l'entreprise et a vu la création de nouveaux départements et directions tels que la direction des systèmes d'information (DSI) au niveau de la direction générale et les départements informatique au niveau des directions régionales, ces derniers sont le trait d'union entre la DSI et les agences commerciales ;
- Grace à la contribution des nouvelles technologies d'informations et de communications aux sien de SAA elle détient aujourd'hui une plateforme de gestion sinistre PGS ;

⁷ Entretien avec le personnel de la saa.

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

- Suite à l'introduction des NTIC dans la SAA sont devenu la première et seul entreprise certifiée dans le marché des assurances en Algérie.

E/L'objectif de la performance de la SAA :

- Fournir des produit d'assurance ;
- Mettre les moyens nécessaires à l'effet de développer, en permanence, les compagnies du personnel dans le but d'assurer un management des connaissances en rapport avec les évolutions de notre secteur d'activités ;
- Etre en permanence à l'écoute du marché et se distinguer par l'étendu des couvertures, la modernité de la gestion et l'innovation dans l'offre de produits des prestations ;
- Améliorer les ratios de gestion dans le but de maintenir consolidé nos performances ;
- Etre à l'initiative d'action fédérative à l'adresse de la compagnie d'assurance afin de contribuer à la bonne régulation et au développement du marché ;
- Réaffirmer l'engagement sociétal de la SAA contribué à l'économie du pays par la création de la richesse et de l'emploi.

Chapitre III : L'application des NTIC dans la compagnie d'assurance SAA

Conclusion

Pour conclure ce chapitre, il est aisé de constater, à la lumière des différents éléments d'informations rapportés, que l'intégration des TIC est encore incomplète dans la société algérienne des assurances, d'après les éléments de notre étude, l'internet est avant tout pour la société algérienne des assurances un moyen de s'ouvrir sur l'extérieur en offrant de nouvelles perspectives de coopération avec les partenaires, l'utilisation d'internet par la SAA est orientée essentiellement vers la communication.

La communication par e-mail constitue la principale raison d'utilisation d'internet, la majorité étaient d'accord avec cette affirmation parce qu'il facilite les relations en tant qu'outil d'améliorer de la communication, les cadres qui ne sont pas connectés à internet considèrent que l'internet n'est pas utile pour leur mission, les employés de la société algérienne des assurances utilise 100% les ordinateurs dans leurs travaux.

Toutefois, si l'on accorde une attention particulière à la place de la société d'assurance de l'ensemble des outils et applications des TIC tels que les sites web, logiciel ORASS, les réseaux sociaux, on peut constater que celle-ci est très négligeable au regard des exigences de ces outils pour la performance de la société algérienne des assurances.

Le degré d'intégration et de diffusion des TIC au sein de la SAA est donc insuffisant, à vrai dire la société algérienne des assurances peut adapter à l'usage des TIC, manque de personnel qualifié et/ou de compétences techniques pour élaborer et utiliser les TIC.

Conclusion générale

Les Technologies de l'information et de la Communication (TIC) connaissent depuis ces vingt dernières années un développement fulgurant .Toutes les entreprises y compris les entreprises d'assurance n'ont pu échapper au développement constant des TIC et à l'éventail de changements qu'elles ont apportées et auxquelles les entreprises doivent faire face

L'usage des TIC est devenu un atout majeur dans le développement des activités commerciales des entreprises, de nouveaux canaux de distribution sont mis en place par les entreprises pour une synergie entre canaux de distribution traditionnelle et digitale dans l'objectif d'augmenter leur chiffre d'affaires, leur parts de marché et améliorer leur performance commerciale

Dans ce contexte nous nous sommes intéressées au domaine des assurances et notre choix porte sur la société nationale SAA. L'objectif de notre travail était de mettre les reliefs sur l'apport de l'introduction des nouvelles technologies d'information et de communication dans la compagnie nationale d'assurance SAA. . Cela nous a conduits à déterminer les TIC utilisées dans l'entreprise d'assurance d'une part les nouvelles technologies adopté au sien de la SAA et d'autre part l'apport de de ces dernier à la performance de l'entreprise.

Après l'élaboration de notre travail les principaux résultats auxquels nous avons aboutis, nous ont permis de confirmer la première hypothèse et de confirmer la deuxième hypothèse.

Les usages des TIC doivent être élaborés en étroite concertation avec les utilisateurs, car ils modifient profondément les façons de travailler. La technologie ne doit pas prendre le pas sur les personnes, mais au contraire les aider à trouver les voies de la performance. L'utilisation performante des TIC nécessite l'acquisition de nouvelles compétences. Il est indispensable d'accompagner toute mise en place de TIC par un programme volontariste de développement des compétences axé sur des plans de formation. L'introduction des nouvelles technologies au sein de l'entreprise doit répondre avant tout à un besoin bien défini. Elles sont un moyen et non pas une fin, mais un moyen stratégique à une époque où la réactivité est devenu l'arme absolu. On ne peut tirer avantages des TIC que si la stratégie, l'organisation de l'entreprise ainsi que sa culture sont prêtes à évoluer.

En conclusion on peut déduire que la contribution des TIC dans l'amélioration de la performance commerciale des entreprises d'assurance se reflète d'une part, à travers l'amélioration du processus travail au sein des agences commerciales, l'augmentation de la productivité individuelle en apportant fluidité aux échanges et au traitement des informations

Conclusion générale

entre collaborateurs et partenaire mais également à travers la satisfaction de la clientèle et leur fidélisation à travers le développement et l'amélioration des prestations fournies . Le but du développement des TIC dans l'entreprise d'assurance n'est pas celui de remplacer les rencontres physiques, entre les individus, mais au contraire, le but est de les enrichir et les entretenir à travers notamment une multiplication des échanges.

Bibliographie

1. www.mutuelle.com. [En ligne] [Citation : 14 08 2022.]
2. François, Chappuisat. *le droit des assurances*. Paris : s.n., 1995. p. 30.
3. *Rapport annuelle de la SAA*.
4. <https://assurance.com/types-d-assurance/>. [En ligne] [Citation : 23 07 2022.]
5. F.Couilbault. *les grandes principes de l'assurance*. 6^{ème} . 2003. p. 71.
6. Roche, Yannick Chatelain et Loick. *cybergagnant*. Maxima. Paris : s.n., 2000. p. 31.
7. Rachedi, Abdelkader. Impact des TIC sur l'entreprise. *thèse de magister*. Université de saïda : s.n., 2006. p. 19.
8. Jakobiak, François. *L'intelligence économique en pratique avec l'apport d'internet et des NTIC*. Deuxième . 2001. p. 198.
9. Germain, Michel. *l'internet*. Economica . Paris : s.n., 1998.
10. Francois Couibaul.Elishberg.C, Latrassé.M. *Les grands principes de l'assurance* . PARIS : argus, 2002.
11. Y, Lamber-Faivre. *Droit des assurances*. Paris : Dalloz, 2001. p. 10.
12. B.Esson, M.Picard et. *Les assurances terrestres*. L'Argus . 1975. p. 02.
13. F.Canilbault, C.Eliashberg , Latrassé. *les grandes principes de l'assurances*. L'Argus . 2003. p. 70.
14. *Julien Molard*. SEFI. 2010. p. 58.
15. <https://www.top2assurance.fr/quelle-est-la-definition-dune-assurance-multirisque-habitation.html#:~:text=L%27assurance%20multirisque%20habitation%20abbr%C3%A9%20MRH%20est%20le%20contrat,logement%20ainsi%20que%20les%20personnes%20qui%20y%20vivent>. [En ligne]
16. <https://www.top2assurance.fr/quelle-est-la-definition-dune-assurance-multirisque-habitation.html>. [En ligne]
17. Algérie, Guide des assurances en Algerie. 2015. p. 101.
18. Yeatman, Jérôme. *Manuel international de l'assurance*. economica. 2005. p. 148.
19. *Guide des assurances en Algerie*. 2015. p. 132.

20. Couilbault.F, Latrassé.M. *Les grands principes de l'assurance*. L'Argus. 2002. p. 59.
21. EWALD.F. *Encyclopédie d'assurance*. Economica. Paris : s.n., 1997. p. 9.
22. MRABET.N. *Centre de recherche pour les budgets familiaux ,bien utiliser les assurances. l'épargne* . 1990. p. 22.
23. Henriët.D, Rochet J-C. *Microéconomie de l'assurance* . Paris : s.n., 1991.
24. SAA, Document interne à la.
25. SAA, Rapport annuelle de la. 2019.
26. *Guide des assurances en Algérie*. 2015. p. 29.
27. *Article 213 bis-ajouté par la loi 06-04*.
28. *Article 214, Ordonnance 05-07 modifié par l'art 33 de la loi 06-04*.
29. *KPMG : Guide des assurances en Algérie*. 2015.
30. Saadoun.M. *avec le temps. D'organisation* . Paris : s.n., 1998. p. 143.
31. H.Simon. *l'information dans l'organisation*. p. 264.
32. n°6, *Revue de l'assurance. L'assurance a l'heure des TIC*. août 2014. p. 32.
33. n°10, *Revue de l'assurance. distribution des produits d'assurance du guichet au simple clic*. juillet à septembre 2015. p. 22.
34. *CNA bulletin des assurance n°37. 4em trimestre 2016*. p. 8.
35. V.Govaere. *l'évolution du travail avec les nouvelles technologies de l'information et de communication*. mai 2002. p. 08.
36. D.Manceau, P.Keller et. *Marketing management*. Edpearson 14eme . p. 472.
37. C.Parmentier. *le marketing performant de l'assurance*. Argus. 2005. p. 157.
38. Manceau, P.Kottler. et K.Keller. D. *Marketing management*. EdPEARSON 14 eme . p. 473.
39. Manceau., P.Kottler. et K.Keller. D. *Marketing management*. EdPEARSON 14 eme . 2012. p. 495.
40. Manceau, P.Kottler. et K.Keller. D. *Marketing management* . EdPEARSON 14eme édition. 2012. p. 496.
41. Lamber, Denis Claire. *économie des assurances*. Arman colin. 1996. p. 273.

42. Lyes, Yacine. marché des assurance. *Finassurance*. n°8, Novembre 2021, p. 18.
43. personnel, entretien avec.
44. SAA, personnel de la.
45. <https://levolontaire.fr/differents-types-contrat-assurance>. [En ligne] [Citation : 29 07 2022.]
46. <https://www.index-assurance.fr/pratique/devis-souscription/contrat-assurance>. [En ligne] [Citation : 10 08 2022.]
47. <http://www.lafinancepourtous.com/Decryptages/Dossiers/Assurance/Comprendre-le-mecanisme-de-l-assurance>. [En ligne] [Citation : 20 08 2022.]
48. www.definition-marketing.com/definition/m-commerce. [En ligne] [Citation : 14 08 2022.]
49. <https://gam.dz/assurances-responsabilite-civile-rc/>. [En ligne] [Citation : 23 08 2022.]
50. <https://www.lecoindesassureurs.com/coassurance.html>. [En ligne] [Citation : 27 08 2022.]
51. <https://www.top2assurance.fr>. [En ligne] [Citation : 23 08 2022.]
52. document interne de la SAA.
53. Entretien avec le personnel de la SAA.