

**UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU**  
**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales**  
**et des Sciences de Gestion**  
**Département des Sciences Financières et Comptabilité**



# *Mémoire de fin de Cycle*

**En vue de l'obtention du Diplôme de Master en Sciences De Gestion**

**Option : Finance et Assurance**

## ***La modernisation du fonctionnement des compagnies d'assurance en Algérie Cas de la SAA 2083 de Tizi-Ouzou***

**Réalisé par :**

**-BOUKHARI Lysa  
-HAMEG Ryma**

**Encadré par :**

**M<sup>r</sup> : ACHIR Mohammed**

**Tuteur de stage:**

**Mr BENABIDALLAH Younes**

**Présenté devant le Jury composé de :**

- **Président : OUALIKEN Selim, Professeur. UMMTO**
- **Rapporteur : ACHIR Mohammed, M.C.B. UMMTO**
- **Examineur : ABIDI Mohammed, M.C.B. UMMTO**

**Année universitaire 2019/2020**

## **Remerciements**

**Nous tenons à remercier le Bon Dieu tout puissant de nous avoir offert l'opportunité de franchir ce stade de savoir, et de nous avoir donné la foi, la force et le courage, de réaliser ce modeste travail dans de bonnes conditions**

**Notre profonde expression de reconnaissance et de remerciements est destinée à notre promoteur Mr ACHIR Mohamed qui nous a fait l'honneur de diriger notre travail, pour son aide, ses conseils, sa disponibilité et son suivi durant le processus de ce travail.**

**Nous adressons nos remerciements les plus sincères à le directeur de la SAA de Tizi-Ouzou Mr BENABIDALLAH Younes de nous avoir donné l'occasion de réaliser notre travail de terrain.**

**Nos remerciements s'adressent aussi à tout le personnel de SAA de Tizi-Ouzou en particulier**

**NEDJIMI Fodil, AIACHE Hassina, AKMOUNE Sarah pour leur prise en charge avec extrême bienveillance et pour les orientations et encouragements durant notre stage pratique.**

**Notre reconnaissance va également à tous ceux qui nous ont apporté leur aide, notamment les enseignants qui ont assuré notre parcours d'études, les membres du département sciences financières et comptabilités, l'équipe de la bibliothèque pour l'aide apportée dans la recherche bibliographique.**

**Nos remerciements s'adressent également aux membres de jury pour avoir aimablement accepté de juger ce travail.**

**Notre reconnaissance va également à nos familles, nos amies et à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.**

# Dédicaces

*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*

*A mes deux chers frères Rahim et Salah Eddine*

*A ma chère sœur Félia et son époux Rafik*

*A ma petite nièce adorée Alya*

*A mon chère Binôme Ryma*

*A mes chers amis Mélissa Ma chérie, Thanina, Nardjes, Pasmine, khadija,  
Kamelia, Lysa, Sara, amis, Lydia*

*A ma Phère cousine Félina*

*A mes chers Oncles et tantes*

*A toute la famille Boukhari et Berrahel*

*Lysa*

## *Dédicaces*

*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*

*A mes deux chers frères Ramy et Samy*

*A mon binôme Lysa*

*A mes très chères amis Dihia, Mhand, Lamia, Zahina, Lamia, Lyza, Fasmine, Nardjes, Zhadidja, Sara, Mouh, Massi, Fanis.*

*A mes chères tantes Hakima, Karima, Ouahiba.*

*A toute la famille Hameg et Skakni.*

*Ryma*

## Liste des abréviations

| Abréviations   | Significations                                                                |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CAT NAT</b> | Catastrophe Naturelle                                                         |
| <b>CAAR</b>    | Caisse Algérienne d'Assurance et de Réassurance                               |
| <b>CNMA</b>    | Caisse Nationale des Mutualités Agricole                                      |
| <b>CAAT</b>    | Compagnie Algérienne d'Assurance Transport                                    |
| <b>CNA</b>     | Caisse Nationale d'Assurance                                                  |
| <b>EDI</b>     | Echange des Données Informatisées                                             |
| <b>GRC</b>     | Gestion de Relation Client                                                    |
| <b>GRH</b>     | Gestion des Ressources Humaines                                               |
| <b>GAM</b>     | Général Assurance Méditerranéenne                                             |
| <b>MAATEC</b>  | Mutuelle Algérienne d'Assurance des Travailleurs de l'Education et de Culture |
| <b>TIC</b>     | Technologie de l'Information et de la Communication                           |
| <b>SAA</b>     | Société Algérienne des Assurances                                             |

# Sommaire

## Introduction Générale

### Chapitre 01 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Introduction .....                                                       | 1  |
| Section 01: Présentation et définition des TIC .....                     | 4  |
| Section 2 : Le secteur des assurances et les TIC au niveau mondiale..... | 14 |
| Conclusion.....                                                          | 30 |

### Chapitre II: Evolution et structure de secteur des assurances en Algérie

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Introduction .....                                                                | 31 |
| Section 01 : Historique du marché Algérien des assurances .....                   | 32 |
| Section 02 : La structure et la dynamique du marché algérien des assurances ..... | 39 |
| Section 3 : Les TIC et leur rôle.....                                             | 45 |
| Conclusion.....                                                                   | 50 |

### Chapitre 3: L'utilisation des TIC dans le secteur des assurances : cas de la société algérienne des assurances

|                                                                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Introduction .....                                                                                                                               | 51 |
| Section 1 : Présentation de la SAA.....                                                                                                          | 51 |
| Section 2 : Les technologies de l'information et de la communication (TIC) utilisées au sein de la Société Algérienne des Assurances (SAA) ..... | 57 |
| Section 3 : L'analyse des résultats de la société algérienne des assurances (SAA).....                                                           | 65 |
| Conclusion .....                                                                                                                                 | 75 |
| Conclusion générale .....                                                                                                                        | 76 |

L'assurance est un indice clef déterminant le niveau de développement d'une économie car elle réduit l'incertitude des agents économiques, finance l'économie, la croissance et contribue au bien-être social, l'assurance occupe une place très importante tant pour l'individu que pour l'économie moderne, son mécanisme contribue à accroître le niveau de protection de l'ensemble des individus et sa généralisation a été rendue obligatoire pour de nombreux domaines.

Les compagnies d'assurances depuis des années évoluent dans un contexte purement concurrentiel voire libéral ce qui leur a permis de se moderniser. Le but assigné généralement à la modernisation est dans l'ensemble d'améliorer l'efficacité des compagnies d'assurances, tout en motivant les personnels et en améliorant les relations avec les usagers, pour assurer la rapidité, la fiabilité et la transparence et l'efficacité des opérations.

L'économie algérienne, est confrontée depuis plusieurs années à d'importants défis dans la modernisation du secteur financier, notamment le secteur d'assurances, ce dernier a connu des profondes mutations, allant de l'instauration du monopole de l'Etat à la spécialisation jusqu'à la promulgation de la première loi des assurances 95-07 le 25 Janvier 1995 ce qui a permis l'ouverture des activités d'assurances aux opérateurs privés nationaux et étrangers, ainsi que la réintroduction des intermédiaires et des experts d'assurances indépendants.

Ce mouvement de libéralisation du secteur s'est accéléré par la promulgation de la loi 06-04 du Février 2006 modifiant l'ordonnance 95-07, qui opère dans un contexte plus favorable, et qui se base sur la stimulation de l'activité d'assurance, le renforcement de la sécurité financière des entreprises ainsi que la réorganisation de la mission de supervision.

En Algérie le secteur des assurances devra faire face aux nouveaux enjeux induits par un environnement économique difficilement maîtrisable, en mettant en synergie des effets pour favoriser l'émergence d'une dynamique solidaire vis-à-vis de l'environnement et en s'adaptant à la nouvelle organisation économique de marché car la situation actuelle des assurances en Algérie malgré une certaine évolution nous sommes en retard par rapport à nos voisins immédiats (le Maroc et la Tunisie). Aujourd'hui, le taux de pénétration des assurances en Algérie représente 0,60 % du PIB. Il est donc nécessaire de rattraper ce retard accusé dans ce domaine et il est impératif de communiquer davantage avec le public et de le sensibiliser à l'importance des assurances.

Aujourd'hui, l'environnement des entreprises est caractérisé par la mondialisation des marchés, le développement technologique, la complexité des relations, la multiplication des acteurs, l'augmentation des apports mixtes et la multiplication des risques et des

incertitudes, ce contexte à entraîner un accroissement important du volume des informations.

L'information devrait être perçue comme un capital d'une valeur économique évaluable et valorisable, une nouvelle ressource stratégique pour améliorer la productivité et assurer un avantage concurrentiel décisif, les technologies d'information et de la communication sont devenues un nouveau vecteur de plus en plus important de la croissance économique de l'entreprise, elles ont transformées la planète en un petit village.

Ces TIC ont changées le comportement du personnel, l'association de l'informatique et des télécommunications ont permis de circuler l'information dans le monde. L'information est la matière première du futur de ces TIC qui exigent des compétences élevées.

Les TIC permettent en effet un meilleur accès aux informations de tout ordre pour l'ensemble du personnel de la compagnie d'assurance, et facilitent le partage de ces informations pour une plus grande performance de l'organisation, grâce donc aux possibilités technologiques offertes par les TIC, il est important d'organiser l'ensemble des connaissances disponibles dans le secteur d'assurance et de les transformer en savoir-faire organisé.

A cet égard l'objectif de notre étude porte sur les technologies d'information et de communication dans la société algérienne des assurances, en particulier l'étude de la contribution de ces TIC dans la modernisation et l'amélioration du fonctionnement de la SAA.

Pour bien illustrer notre objectif, nous avons dégagé une problématique qui peut être formulée de la manière suivante :

***« Quel est le degré d'application des technologies de l'information et de la communication au sein de la société algérienne des assurances et quel est leur apport dans la modernisation de leurs fonctionnements ? »***

Certaines interrogations, découlent de cette problématique à savoir :

- Quels sont les impacts et l'apport de l'utilisation des TIC dans le secteur d'assurance ?
- En quoi l'introduction des TIC peut apporter des nouveautés au sein des établissements des assurances ?

### ▪ **Hypothèse de recherche**

Nous proposons trois (3) hypothèses que nous essayerons de vérifier tout au long de ce travail de recherche :

- **H1** : Les compagnies d'assurances algériennes cherchent des solutions pour moderniser et développer leurs fonctionnements mais aussi une compétitivité propre et une différenciation, cela se traduit par le développement des TIC ;

- **H2** : l'introduction des TIC a permis l'amélioration de la rentabilité de l'entreprise, sa productivité, et la satisfaction des clients ;
- **H3** : Les moyens offerts des TIC accélèrent la différenciation et permettent au secteur d'assurance d'améliorer sa compétitivité.

### ▪ Intérêt et choix du thème

Parmi les raisons qui ont motivées le choix de notre thème :

- L'enjeu de l'intégration de la démarche des nouvelles technologies dans les compagnies d'assurance ;
- L'importance économique des TIC proviendrait de leurs capacités à se diffuser dans l'ensemble de la vie économique, elles améliorent l'efficacité et la flexibilité des outils de production elles offrent aux entreprises de nouveaux outils de gestion, elles ont des facteurs clés de la compétitivité des entreprises, elles transforment les relations avec les clients, les fournisseurs et tous les partenaires et sont à l'origine d'une profonde réorganisation des méthodes de conception et de production.

### ▪ Démarche méthodologique du sujet

Afin de répondre à cette problématique, nous avons opté pour une démarche analytique. Après avoir passé en revue quelques notions relatives au secteur des assurances en Algérie et au système d'information, grâce à une étude empirique effectuée auprès de la société algérienne des assurances (SAA), nous avons observé le fonctionnement des TIC plus précisément l'ORASS et analysé leur impact sur les résultats de cette compagnie d'assurance par une enquête auprès des responsables de la SAA.

### ▪ Structure de travail

Nous avons structuré notre travail en trois chapitres :

Le premier chapitre présente les TIC et leurs apports dans le secteur des assurances. Nous abordons la présentation et définition des TIC, le secteur des assurances et les TIC au niveau mondial, l'apport de la modernisation de l'appareil commercial dans une compagnie d'assurance.

Le deuxième chapitre présente le secteur des assurances et son évolution en Algérie

Quant au troisième, il est réservé à l'étude empirique au niveau de la SAA. Il abordera : Présentation générale de la société algérienne des assurances, les TIC utilisées au sein de la compagnie d'assurance et enfin une étude d'analyse cas de l'agence SAA 2083 de Tizi-Ouzou.

## **Introduction**

L'assurance est devenu nécessaire, voire obligatoire pour exercer la plupart des activités de la vie courante ou professionnelle. Dans un environnement où la concurrence fait rage, les compagnies d'assurance doivent s'adapter et adapter leurs organisations avec des outils appropriés. En cela les technologies d'information et de communication (TIC) offrent la meilleure opportunité pour les compagnies d'assurance. Ces technologies ouvrent aujourd'hui aux compagnies d'assurance des perspectives de développement prometteuses.

Dans ce présent chapitre, nous allons consacrer la première section pour la définition et la présentation des technologies de l'information et de la communication, ensuite dans la deuxième, nous allons présenter l'état des lieux des TIC dans les compagnies d'assurance au niveau mondial, et enfin nous allons voir l'apport de la modernisation de l'appareil commercial dans une compagnie d'assurance.

## **Section 01: Présentation et définition des TIC**

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont littéralement envahi notre sphère personnelle et professionnelle depuis quelques années, grâce aux modifications profondes apportées à notre quotidien, Dans ce qui suit, nous allons définir et présenter les nouvelles technologies de l'information et de la communication et ses composants.

### **1. Définition et caractéristiques des TIC**

#### **1.1. Définition des TIC**

Pour définir les technologies de l'information et de la communication il faut d'abord définir les trois volets suivants :

- L'information ;
- La communication ;
- La technologie. <sup>1</sup>

##### **1.1.1. L'information**

D'un point de vue technique, une information est un signe, un symbole, ou un élément qui peut être transmis et stocké. Aux sens de renseignement, l'information se définit comme des données qui apportent une connaissance ou un renseignement sur un objet ou sur un événement. Le plus courant, il s'agit de savoir ce qui est au-delà des sens (*ce qu'on n'a pas vu ni entendu directement*).

---

<sup>1</sup>Geneviève FERAUD, « *l'art de management de l'information* ».village Mondial. Paris 2000, p. 24.

### 1.1.2. La communication

Dans un sens large, c'est toute opération d'échange ou de transmission d'information entre un émetteur et un récepteur à travers un canal de transmission. La communication peut être définie comme la production d'information sur les milieux interne et externe et comme la création d'interfaces, elle est le fait qu'une information soit transmise d'un point à un autre.

Quand la communication se produit, nous disons que les parties composantes de cette transmission forment un système de communication. Donc la communication est la manière dont l'information circule dans l'entreprise, elle s'effectue à travers un réseau qui comporte au moins un émetteur, un canal de transmission et un destinataire (*récepteur*).

### 1.1.3. La technologie

Ensemble de savoirs, de procédés et d'outils qui mettent en œuvre les découvertes et les applications scientifiques les plus récentes.

La technologie est l'application d'une technique de conception à des réalisations d'un produit. Pour bien déterminer la définition de « *technologie* » le dictionnaire « *LE PETIT LAROUSSE* » illustré qui la définit comme suit « *Ensemble de savoirs et de pratiques, fondé sur des principes scientifiques* ». Les technologies d'information et de la communication regroupent l'ensemble des techniques qui contribuent à numériser et digitaliser l'information, à la traiter, à la stocker et à la mettre à la disposition d'un ou plusieurs utilisateurs.

Le terme TIC a souvent été utilisé dans la littérature francophone à la fin des années 1990 pour caractériser certaines technologies dites « *nouvelles* » ou qui sont démocratisées à cette époque. L'expression NTIC désigne des technologies récentes issues du mariage de l'informatique, du téléphone et de l'audiovisuel. Elles concernent le recueil, l'élaboration, le traitement, la conservation et le transport de textes, de son en plus des traditionnelles données numériques, ces technologies résultent de l'adoption du numérique comme mode unique de codage des données (*texte, son, image*) pour leur utilisation informatique. Elles peuvent être des fins de simplification.<sup>1</sup>

L'apport des technologies de l'information et de la communication peuvent être résumées en quatre points :

- **Compression du temps** : La vitesse de traitement se chiffre en million d'opérations par seconde, ce qui permet de réaliser dans un temps plus court des opérations auparavant effectués manuellement ;

---

<sup>1</sup>Michel GERMAIN « *l'intranet* », Edition Economica, Paris 1998, p.13.

## Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances

- **Compression de l'espace** : Facilite la transmission quasi-instantanée des données entre n'importe quel point du globe car les données numériques circulent à la vitesse de la lumière sur des réseaux accessibles de partout ;
- **Capacité de stockage** : La technologie magnétique et optique permet de stocker de grandes quantités d'information dans un volume réduit ;
- **Flexibilité d'usage** : La numérisation des données permet de leurs appliquer différents traitements et de les restituer sous des formes et sur des supports divers.

### 1.2. Caractéristiques des TIC

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

#### 1.2.1 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 entreprises.<sup>1</sup>

#### 1.2.2 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 ;
- **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.

---

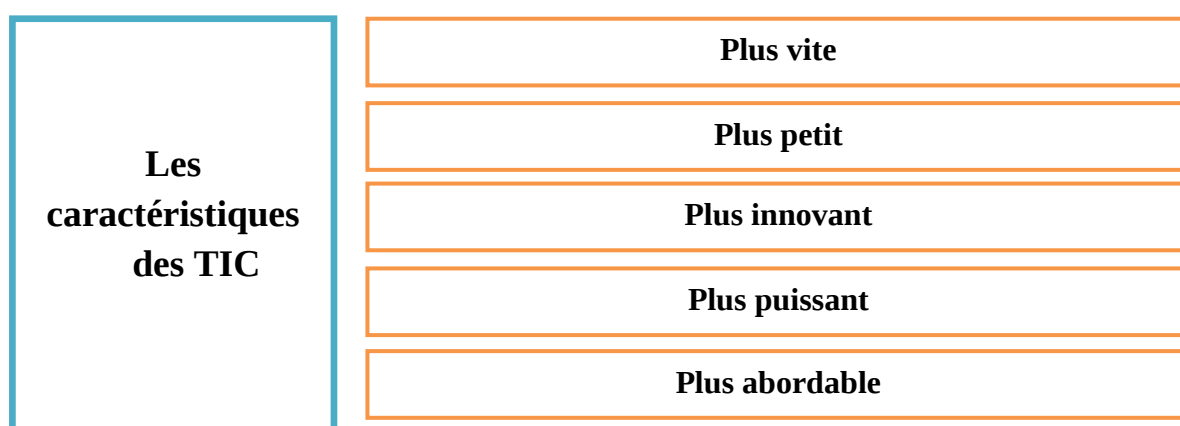
<sup>1</sup>Abdelkader Rachedi, « *impact des TIC sur l'entreprise* », université de Saida, thèse de magister, 2006.p19

## Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances

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.

Figure N°01 : Les différentes caractéristiques des TIC



Source : Schéma réalisé par nous-mêmes à travers plusieurs lectures.

### 2. 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.

#### 2.1. La télécommunication mobile

Elle relève de la téléphonie mobile, cette dernière désigne toute l'infrastructure de télécommunication permettant d'utiliser des téléphones portable 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

## **Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances**

marque par l'apparition d'une seconde génération d'appareils téléphonique, global system for mobile communication et wireless application protocol (GSM, WAP) et la troisième génération universal mobile telecommunication 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 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 oreille.<sup>1</sup>

### **2.2. 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 sont :<sup>2</sup>

- **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)<sup>3</sup>**: 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

---

<sup>1</sup>François Jakobiak « *l'intelligence économique en pratique avec l'apport d'internet et des NTIC* » deuxième édition d'organisation 2001.p. 198.

<sup>2</sup>Michel GERMAIN « *l'intranet* », Edition Economica, Paris 1998, p. 8.

<sup>3</sup>*Ibid*, p. 17.

## Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances

accessibles sur des sites. Cette application a révolutionné internet en le rendant accessible pour tout le monde.

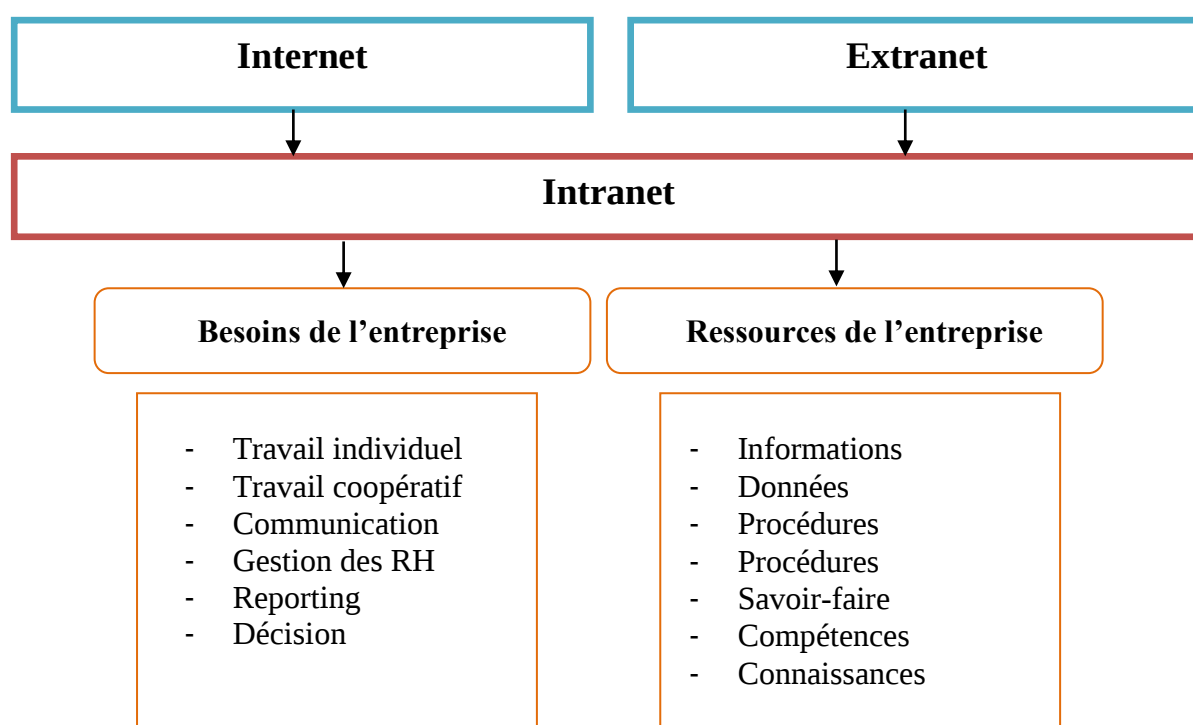
### 2.3. L'intranet

« 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 ».<sup>1</sup>

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 trouvent<sup>2</sup>. 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. Comme le montre cette figure :

Figure N° 02 : L'intranet et l'entreprise



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

<sup>1</sup> SAADOUN M. « Avec le temps », Edition d'organisation, Paris, 1998 ,p143.

<sup>2</sup>H. Simon : « l'information dans l'organisation ». P.264.

### **2.4. 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, 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.

### **3. Les outils issus des TIC**

Nous distinguons plusieurs outils à savoir :

#### **3.1. 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* ». <sup>1</sup>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 activités. <sup>2</sup>

#### **3.2. 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

---

<sup>1</sup>QUELENNEC C., « *ERP, levier de transformation de l'entreprise* », édition Lavoisier, Paris, 2007, p17.

<sup>2</sup> Michel GERMAIN Op.cit. p.46.

## **Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances**

collecter l'information, puis la stocker et la gérer sur un support informatique (*réseau, base de données*).<sup>1</sup>

La gestion électronique évolue vers le concept d'EDM (*Electronic Document Management*), il offre pour perspective une optimisation de l'ensemble des supports d'information générés par l'entreprise.

### **3.3. Le e-marketing**

Le e marketing est d'abord et avant tout une pratique du marketing dont l'exercice principale 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 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.<sup>2</sup>

### **3.4. 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*).

### **3.5. 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.

### **3.6. 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

---

<sup>1</sup>Michel GERMAIN *Op.cit.* p.47.

<sup>2</sup>*Ibid*, p.74.

## **Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances**

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 directe avec leurs clients et partenaires.

### **4. Avantages et inconvénients des TIC<sup>1</sup>**

Les technologies de l'information et de communication présentent des avantages comme des inconvénients pour la société.

#### **4.1. Avantages**

Les TIC ont ouvert les voies à un large éventail de méthodes de communication, permettant à la fois de rapprocher les distances, réduire les délais et minimiser les coûts.

- Bon nombre d'anciens emplois routiniers et ennuyeux peuvent maintenant être effectués par l'ordinateur, ce qui laisse aux travailleurs l'opportunité de s'adonner à des tâches plus intéressantes et de mettre à profit leur créativité ;
- L'informatisation a amélioré les niveaux de productivité, ce qui signifie que les travailleurs bénéficient d'une réduction du temps de travail, tout en conservant le même niveau de vie ;
- Les entreprises qui utilisent les TIC sont en mesure de faire face à la concurrence ;
- Beaucoup d'objets de la vie courante moderne n'existeraient pas sans les TIC ;
- Les TIC contribuent à la création de nombreux nouveaux emplois, tels que le développement de logiciels ;
- De plus en plus de personnes peuvent travailler à partir de leur chez-soi, au lieu de se rendre tous les jours à leur bureau ;
- Pendant la pandémie de COVID-19, les TIC jouent un rôle crucial pour maintenir notre société fonctionnelle en période de confinement et de mise en quarantaine, ces technologies peuvent aider à réduire la propagation du coronavirus tout en aidant les entreprises à rester ouvertes et aider à rendre la société plus résiliente face à la pandémie et à d'autres menaces.

#### **4.2. Inconvénients**

- Les TIC ont tendance à accélérer le rythme de la vie quotidienne et introduire davantage de stress ;
- L'informatisation de nombreux emplois dans l'industrie (*la fabrication par exemple*), ainsi que la robotisation des usines, conduit à une augmentation notable du chômage ;

---

<sup>1</sup>BOUALAM M., « inconvénients et avantages NTIC » in: [http://www.ummto.dz/IMG/pdf/TIC\\_Chapitre\\_1\\_.pdf](http://www.ummto.dz/IMG/pdf/TIC_Chapitre_1_.pdf)

## **Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances**

---

- Bon nombre des nouveaux emplois dans les TIC nécessitent des niveaux de compétences et/ou de qualifications assez élevés, et ne sont pas facilement accessibles aux travailleurs âgés ou à ceux dont les connaissances en TIC sont limitées ;
- Les TIC ont augmentés la quantité de travail de certaines personnes qui doivent souvent travailler durant de longues heures ;
- Certains emplois en TIC peuvent être tout aussi ennuyeux que les emplois qu'ils ont remplacés ;
- Le stockage des données personnelles sur des systèmes informatiques a rendu vulnérable la vie privée des gens ;
- Les systèmes des TIC tombent souvent en panne à des moments inopportuns, laissant les entreprises dans l'incapacité de fonctionner parce qu'elles sont tellement tributaires des TIC ;
- Il est rare que les gens travaillant dans les TIC restent dans le même emploi pendant plus de quelques années, en raison des changements et des évolutions technologiques qui exigent un recyclage professionnel régulier ;
- L'arrivée des TIC, a fait émerger une nouvelle catégorie de cybercriminalité, ce dernier crée des virus informatiques capable de dérober des codes d'accès bancaires, aussi promouvoir des produits ou services sur les ordinateurs de leurs victimes et des opérations de chantage.

### **Section 2 : Le secteur des assurances et les TIC au niveau mondiale**

Dans cette section, nous allons expliquer les concepts de bases et technique d'assurance et tous les éléments fondamentaux des activités d'assurance et essayer de voir l'apport des TIC sur le secteur des assurances au niveau mondial.

#### **2.1 Définition de l'assurance**

L'assurance se définit sous deux aspects différents : le premier est technique, le deuxième est juridique.

##### **2.1.1 Définition technique**

Selon M. Joseph Hémard : « *l'assurance est une opération par laquelle une partie, l'assuré, se fait promettre, moyennant une rémunération (la prime ou cotisation), pour lui ou pour un tiers, en cas de réalisation d'un risque, une prestation par une autre partie, l'assureur, qui prenant en charge un ensemble de risques, les compense conformément aux lois de la statistique* ». <sup>1</sup>

##### **2.1.2 Définition juridique**

L'assurance est « *l'opération par laquelle un assureur, organisant en mutualité une multitude d'assurés exposés à la réalisation de certains risques, indemnise ceux d'entre eux qui subissent un sinistre grâce à la masse commune des primes collectées* ». Dans la définition juridique on constate que l'opération d'assurance est organisée sous forme de mutualité c'est-à-dire l'assurance est une activité qui consiste à transformer des risques individuelles en risques collectifs en garantissant les paiements de somme (*indemnité ou prestation*).<sup>2</sup>

#### **2.2 Les intervenants dans une opération d'assurance**

Les différents intervenant dans l'opération de l'assurance se distinguent en trois acteurs :

##### **2.2.1 L'assureur**

Correspond à la personne physique ou morale auprès de laquelle ils ont souscrit un contrat d'assurance, et qui est chargée de les indemniser au moment de la survenance d'un sinistre contre lequel ils étaient assurés.

##### **2.2.2 L'assuré**

C'est la personne dont la vie, les actes ou les biens sont garantis par un contrat d'assurance contre les différents risques, moyennant le versement d'une certaine somme (*la prime ou la cotisation*) Autrement dit l'assuré c'est la personne exposée au risque et qui veut se protéger contre sa réalisation.

---

<sup>1</sup> Jérôme Yeatman « *Manuel international de l'assurance* », Economica 1998. P.1.

<sup>2</sup> Lambert Faivre, Y « *Droit des assurances* », Précis Dalloz, 1986. P. 12.

### **2.2.3 Le bénéficiaire (tiers)**

C'est toute personne étrangère au contrat d'assurance, et qui va bénéficier d'une indemnisation, exemple d'une assurance décès, des victimes d'une assurance de responsabilité, d'assurance est souscrit, et qui s'engage à fournir des prestations prévues en cas de réalisation du risque.<sup>1</sup>

### **2.3 Les éléments d'une opération d'assurance**

Les éléments qui font partie dans une opération d'assurance sont : le risque, la prime, l'indemnisation et la compensation au sein de la mutualité.

#### **2.3.1 Le risque**

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

#### **2.3.2 La prime**

La prime est la contribution que verse l'assuré à l'assureur en échange de la garantie qui lui est accordée. Elle est payable au départ de l'opération d'assurance ou de l'année d'assurance.<sup>2</sup>

#### **2.3.3 L'indemnisation**

C'est la somme versée à l'assuré victime d'un sinistre, en parle en effet, d'une compensation financière destinée à réparer un dommage ou de règlements sans égard au type de dommage subis, qu'il soit corporel, moral, ou patrimonial.<sup>3</sup>

Le montant de cette indemnité est déterminé selon trois procédés et selon la nature de l'assurance. L'indemnité peut être fixée à l'avance, c'est-à-dire lors de la conclusion du contrat tel que l'assurance vie et l'assurance décès. Le montant de l'indemnité sera fixé après la réalisation du risque, et ce par une personne spécialisée qui procédera à l'évaluation des dommages et à la détermination de la valeur de l'indemnité sans toutefois dépasser la valeur réelle de l'objet assuré.

Dans les assurances de responsabilité, si la garantie accordée à l'assuré est illimitée, l'assureur indemnise la victime jusqu'à concurrence du préjudice réellement subi dans le cas où la garantie accordée à l'assuré est limitée, l'indemnisation ne peut dépasser une certaine somme parfois inférieure au préjudice subi, elle répond à 2 principes:

---

<sup>1</sup>Voir la revue Centre de Recherche pour les budgets familiaux, « *Bien utiliser les assurances* », les éditions de l'épargne, 1990, p22.

<sup>2</sup>Couibault, F, Eliashberg, C (2011), « *Les grands principes de l'assurance* », l'argus, Paris, p.59.

<sup>3</sup> Dictionnaire du droit privé de Serge Braudo 1996-2007 ,[www.dictionnaire-juridique.com](http://www.dictionnaire-juridique.com).

## **Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances**

- **Principe indemnitaire** : Il consiste à déterminer l'indemnisation par rapport à l'importance des dégâts occasionnés selon le principe l'assurance ne peut être un moyen d'enrichissement ou d'accroissement du patrimoine de l'assuré ;
- **Principe forfaitaire** : Il stipule que la valeur de l'indemnisation est fixée dans le contrat avant la réalisation du sinistre.

### **2.3.4 La compensation au sein de la mutualité**

C'est l'ensemble des personnes qui cotisent pour un même risque, elle consiste à ce que la majorité des assurés échappant au risque payant pour les personnes sinistrées. Ou bien, chaque souscripteur verse sa cotisation sans savoir si c'est lui ou un autre qui en bénéficier, mais conscient du fait que c'est grâce à ses versements et à ceux des autres souscripteurs que l'assureur pourra indemniser ceux qui auront été sinistrés.<sup>1</sup>

### **2.4 Spécificités des compagnies d'assurance**

L'entreprise d'assurance présente certaines spécificités comparativement aux autres entreprises. Ces spécificités se résument à travers l'inversion du cycle de production et la gestion du risque.

#### **2.4.1 Inversion du cycle de production**

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.

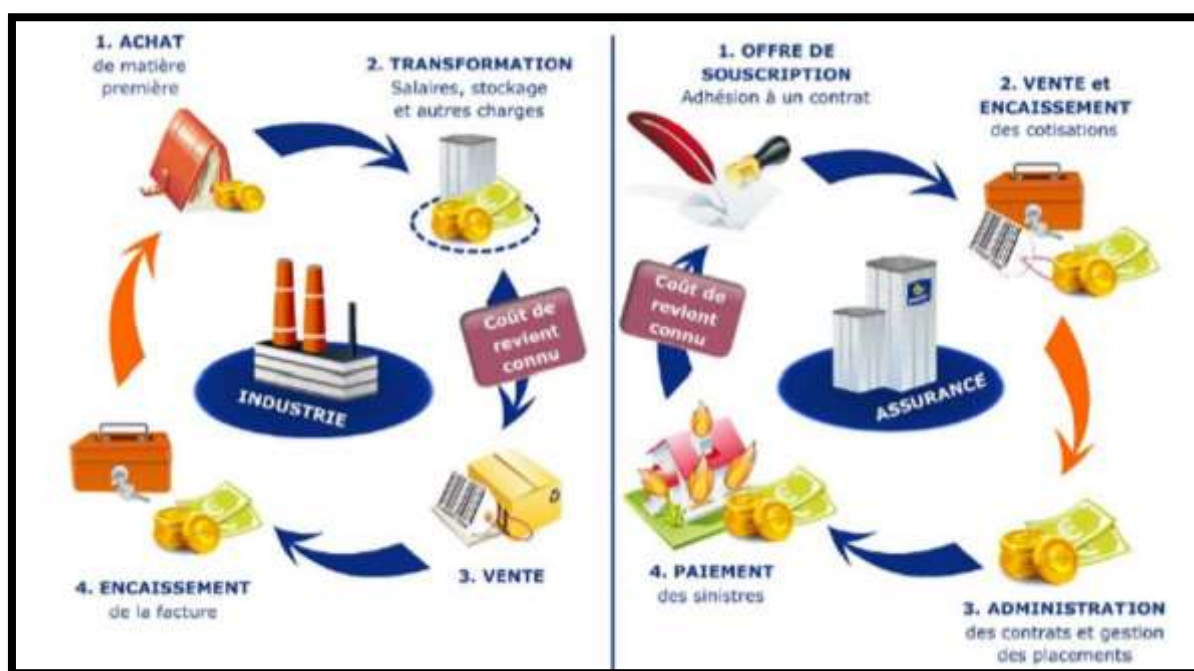
Au contraire, l'assureur ne connaît pas à l'avance le coût financier final du produit qu'il vend, c'est à dire le montant des sinistres et les frais qu'ils occasionnent, autrement dit l'assureur reçoit le règlement (*la prime*) pour une prestation dont le versement est conditionné à la réalisation du 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.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Couibault, F, Eliashberg, C (2011), « *Les grands principes de l'assurance* », l'argus, Paris, p.60.

<sup>2</sup>F.Ewald ;P.Thourot. *Op.cit.* P.10

Figure N°03 : Représentation de l'inversion du cycle de production



Source : formation en assurances de la MACIF

### 2.4.2 La gestion du risque

La prise de risque est le fondement de l'activité de l'entreprise d'assurance. L'opération d'assurance correspond à un transfert de risque de l'assuré vers l'assureur. Moyennant le paiement anticipé d'une prime, l'assuré se voit garantir le versement d'une prestation ou la réalisation d'un service en cas de survenance d'un risque. Le dispositif de gestion des risques n'a donc pas vocation à empêcher la prise de risque mais à l'encadrer, la rendre explicite et cohérente avec la stratégie de développement et les attentes des actionnaires.<sup>1</sup>

Les risques que l'entreprise d'assurance est appelée à gérer sont multiples :

- **Le risque de souscription** : est le risque de pertes de valeur liées aux fluctuations des prestations à verser aux assurés. A titre d'exemple : les risques de rachat massif des assurés ;
- **Le risque de marché** : est le risque de pertes de valeur liées aux fluctuations des marchés financiers. A titre d'exemple : le risque de liquidité qui se traduit soit par l'impossibilité effective de vendre un titre financier soit par une décote par rapport à son prix de revient ;

<sup>1</sup> F. Ewald, P. Thourot, *Op.cit.* P.26

## Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances

- **Le risque de crédit** : est le risque de pertes de valeurs liées aux effets du changement de la qualité de crédit des créanciers de l'assureur. Il porte à la fois sur les émetteurs des instruments financiers dans lesquels les entreprises d'assurance investissent les primes reçues des assurés et sur les sous-traitants et les réassureurs sur lesquels ces entités ont des créances représentatives de flux d'assurance à recevoir.

L'entreprise d'assurance gère en plus des risques liés aux opérations d'assurances cités ci-dessus, d'autres risques dits opérationnels tels que :<sup>1</sup>

- **Risques stratégiques de gouvernance** : absence de stratégie à moyen/long terme, R&D non adaptée à l'évolution du marché ; Implantation dans un pays politiquement instable... ;
- **Risques d'image** : Implantation dans un pays « *mal perçu* » par le public, implication d'un dirigeant dans une affaire judiciaire, politique RH, licenciements, délocalisations, salaires, Mauvaise communication... ;
- **Risques opérationnels** : Risques d'accident du travail ou de maladie professionnelle : personnel ; Risques de préjudice aux tiers (*cocontractants, voisins, visiteurs, client*) :
  - **Risques sociaux** : grèves ;
  - **Risques informatiques** : pertes de données... ;
  - **Malveillance** : virus informatiques ou vols de données ;
  - **Concurrence**.

### 2.5 Classification des assurances

Nous distinguons deux différents principaux types de classification : classification juridique et classification technique.

#### 2.5.1 Classification juridique

Nous distinguons trois catégories d'assurances différentes : les assurances de choses, les assurances de responsabilité et les assurances de personnes.

- **Les assurances de choses**

Dans les assurances de choses, ou assurances de dommages aux biens de l'assuré, l'assureur s'engage à indemniser l'assuré des dommages subis par ses biens. Dans ses assurances, l'assuré, le souscripteur et le bénéficiaire ne forment généralement qu'une seule et même personne. Les garanties sont limitées aux dommages matériels.

L'indemnisation des dommages correspond rarement à l'intégralité du dégât subis par l'assuré, puisque généralement elle est effectuée sous déduction d'une franchise. En effet, la

---

<sup>1</sup>Tony Pozzana, « *Gestion du risque et assurance d'entreprise, collection regard sur la sécurité industrielle* », n°2015-01, du 25/03/2015.

## **Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances**

pratique nous montre qu'une partie du dégât doit rester à charge de l'assuré de façon à l'inciter à tout mettre en œuvre pour protéger ses biens et à diminuer ainsi la fréquence et le coût des sinistres.

### ▪ **Les assurances de responsabilité**

Dans les assurances de responsabilité, l'assureur s'engage à indemniser, à la place de l'assuré, les tierces victimes de dommage-matériels ou corporels-dont l'assuré est responsable. C'est aussi le cas de l'assurance RC du chef de famille, qui permet, par exemple, d'indemniser le voisin du dessous en cas d'inondation, ou de l'assurance RC du constructeur de maisons, qui permet d'indemniser l'acquéreur d'une maison neuve en cas de malfaçon. Le souscripteur et l'assuré sont souvent une seule personne, en revanche le bénéficiaire est systématiquement un tiers.

### ▪ **Les assurances de personne**

Dans les assurances de personne, l'assureur s'engage à verser un capital ou une rente définis par le contrat si se réalisent des risques touchant à la personne même de l'assuré (*maladie, accident, décès et survie*). Lorsque les risques sont la maladie ou l'accident, on parle d'assurances de dommages corporels. Lorsque les risques sont le décès-quelle qu'en soit la cause-ou la survie de l'assuré, on parle d'assurance vie.<sup>1</sup>

#### **2.5.2 Classification technique**

Nous distinguons deux types : les assurances gérées en répartition et les assurances gérées par capitalisation

### ▪ **Les assurances gérées par répartition**

Selon les assurances gérées par répartition, l'assureur ne fait que répartir entre les assurés sinistrés, les cotisations acquittées par l'ensemble des membres de la mutualité. Cette répartition s'opère par année. Les assurances gérées en répartition sont les assurances IARD (*Incendie, Accident, Risques Divers*). Elles englobent les assurances de bien et de responsabilité ainsi que certaines assurances de personne comme les assurances complémentaires santé et dommages corporels.

### ▪ **Les assurances gérées par capitalisation**

Elles sont souscrites à long terme et comportent un aspect « épargne ». L'assureur doit mettre de côté tout ou partie des primes pour faire face à ses engagements dans l'avenir et de plus les primes doivent bénéficier d'intérêts composés, c'est-à-dire capitalisées la différence

---

<sup>1</sup> TOSETTI.A, BEHAR.T (2002) « Assurance : Comptabilité, Réglementation », Acturiat, Economica, Paris, pp. 16,17.

## Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances

entre ses deux technique c'est que dans la première la fréquence de réalisation du risque est fixe par rapport dans la deuxième la fréquence est variable.

### 2.6 Les nouveautés du métier d'assurance des TIC au niveau mondial

Le secteur de l'assurance est touché de près par la révolution technologique. Confronté à de nouveaux défis, les assureurs se basent de plus en plus sur les données numériques, « *le Bigdata* » et l'internet.\*

Les trois concepts technologique qui offrant un avenir à l'assurance sont : <sup>1</sup>

#### 2.6.1. Les smart contrats ou contrats intelligents

Les contrats intelligents ou « *smart contrat* » permettent d'indemniser ou d'assister l'assuré dès la survenance d'un sinistre. Ce sont des systèmes intelligents qui permettent d'indemniser automatiquement les personnes bénéficiant.<sup>2</sup>

A titre d'exemple, en cas de retard d'avion ou d'annulation de vol, le client reçoit une notification d'alerte de son assureur, parfois même avant que l'information ne s'affiche sur les écrans de l'aéroport. Dans le texto, sont notés les numéros utiles et toutes les indications sur les services proposés par l'assureur : accès au salon de l'aéroport, etc.

Ensuite le système analyse l'information qu'il contient, et si la condition de dépassement temporel qui entraîne une indemnisation est avérée, le système déclenche lui-même le paiement. Il est aisé de mesurer la réduction des coûts d'instruction et de gestion de l'opération.

#### 2.6.2 L'assurance à la demande

L'assurance à la demande ne pourrait pas exister sans les API.\*C'est une nouvelle forme d'assurance pour les besoins ponctuels. Il est possible de souscrire une police pour quelques heures ou une journée. Tout dépend du besoin. Ce type d'assurance est très intéressant pour la couverture des objets de valeur (*bijoux, montre, etc.*) ou ceux qui utilisent occasionnellement pour une courte durée (*voiture de collection, drone, etc.*).

Les dommages corporels sont également assurables à la journée. Ceci se révèle bien pratique pour les personnes qui s'essaient aux sports, à risque comme l'escalade, le ski ou la plongée.

---

\***Big-data** « Littéralement grosse données, parfois appelées données massive, un concept popularisé dès 2012 pour traduire le fait que les entreprises sont confortées à des volumes de données à traiter (devoir gérer d'énormes volumes de données en temps réel), de plus en plus considérables et présentant de forts enjeux commerciaux et marketing ».

<sup>1</sup>Atlas Magazine, « *la technologie au service de l'assurance* », juin 2018. Disponible sur [www.atlasmag.net](http://www.atlasmag.net),

<sup>2</sup>Philippe TRAINAR-Patrick THOUBOT « *gestion de l'entreprise d'assurance* », 2<sup>ème</sup> édition Dunod, PARIS, 2017 p. 125.

\***API** « *Application Programming Interface* » ce sont des petits bouts de code informatique qui donnent accès, en temps réel, aux services de souscription et d'indemnisation des assureurs.

### 2.6.3 L'assurance connectée

L'assurance connectée se base, elle aussi, sur les nouvelles technologies. Son avantage est la possibilité de baisser les tarifs sans toucher aux garanties. En contrepartie, l'assuré doit accepter un monitoring très poussé. Ce type de contrat est géré grâce à l'intelligence artificielle. Parmi les nouveaux produits d'assurance connectée nous pouvons citer :

- **Le pay how you drive :** Il s'agit d'un contrat d'assurance automobile qui permet à l'assureur d'ajouter la prime du client en fonction de sa conduite. Les bons conducteurs sont récompensés par des réductions de cotisation. Le principe consiste à placer, dans le véhicule, un capteur GPS\* et un accéléromètre permettant d'analyser le comportement du conducteur. Plus la conduite n'est calme et prudente, moins chère est la prime ;
- **L'e-santé :** Grâce aux TIC, l'assurance connectée a trouvé sa place dans le domaine de la complémentaire santé. Dans l'e-santé le modèle de tarification se base sur l'analyse de la qualité de vie. La compagnie d'assurance accède aux données relatives au quotidien de l'assuré<sup>1</sup>: activité physique journalière, nombre de pas parcourus régime alimentaire. Par exemple, les compagnies d'assurance créent des partenariats avec d'autres entreprises ayant développé des applications e-santé, ayant pour but par exemple d'inciter les assurés à respecter leurs traitements médicaux. Ainsi, les risques d'aggravation des pathologies et de l'hospitalisation sont diminués. Par ailleurs, l'automatisation permet une meilleure compréhension des risques, des changements dans la chaîne de valeur de l'assurance et des changements dans le paysage des risques.<sup>2</sup>

### 2.7 Un exemple sur l'impact des TIC dans les pays développés

Les TIC sont devenus parties intégrantes de la vie quotidienne des ménages et fournissent progressivement un mode d'accès élargi pour les biens et services. Avec la baisse tendancielle des prix des équipements numériques (*informatique, électronique grand public, abonnement au réseau Internet*), l'essor du haut débit, la multiplication rapide de nouvelles fonctionnalités et innovations des équipements, la diffusion et l'utilisation des TIC se sont intensifiées et démocratisées, même si ces technologies et leurs usages continuent de dépendre du niveau d'éducation, des revenus et de l'âge des usagers.<sup>3</sup>

---

\*GPS « le Global positioning système » en français « système de positionnement mondial » ou encore Géopositionnement par satellite, est le principal système de positionnement par satellite mondial actuel.

<sup>1</sup>Atlas Magazine, « la technologie au service de l'assurance », juin 2018.

<sup>2</sup> Voir le bulletin de la CCR, février 2018. Disponible en PDF sur [www.ccr.dz](http://www.ccr.dz).p.7.

<sup>3</sup><https://www.cgi.com/fr/blog/digital-transformation/stimuler-linnovation-du-secteur-de-lassurance-aux-etats-unis>

## **Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances**

Une nouvelle étude de Pierre Audoin Consultants (PAC) commanditée par CGI\*, intitulée *Harnessing Innovation in European Insurance (Exploiter l'innovation dans le monde des assurances européennes)*, se penche sur la dynamique du marché actuel de l'assurance en Europe et sur la façon dont les assureurs européens mettent l'accent sur l'innovation pour stimuler leurs croissance et compétitivité futures.

Bien que les assureurs européens aient une réputation de conservatisme, 70 % des 200 compagnies d'assurance majeures interrogées dans le cadre de cette étude croient que l'innovation est essentielle à leur potentiel de croissance et à leur position face à la concurrence, et 84 % ont déclaré avoir une stratégie d'innovation formelle, à laquelle des équipes, des processus et des budgets sont affectés.

Les résultats de l'étude s'accordent avec les perspectives issues du rapport CGI Global 1000, qui révèlent un sentiment d'urgence parmi les assureurs à l'échelle mondiale les incitant à élaborer des stratégies de transformation numérique, tout en modernisant les systèmes existants et en ayant recours aux nouvelles technologies pour stimuler l'innovation. Tout comme en Europe, le rythme du changement a augmenté de façon radicale. Les grandes compagnies d'assurance comme Ping An Insurance Group, Allianz, AXA Group, cherchent à protéger leurs activités grâce aux technologies et font d'importants investissements.

Les assureurs américains, particulièrement, investissent de plus en plus dans les centres d'innovation. Les assureurs ont investi 7 milliards \$ en technologies, période de (2016-2019), dont une part importante a été affectée aux centres d'innovation. Les assureurs ouvrent ces centres dans des emplacements séparés de leurs activités actuelles afin d'échapper aux contraintes liées à leurs façons traditionnelles de penser et d'agir.

Certains assureurs américains vont un peu plus loin et lancent des entreprises axées sur l'innovation qui sont entièrement nouvelles et séparées de leurs activités traditionnelles. Prenons l'exemple d'une entreprise du Midwest américain avec qui CGI collabore. L'assureur Midwest avait au départ conçu un centre d'innovation situé hors site et regroupant du personnel relevant à la fois des fonctions d'affaires et des technologies de l'information (TI). Fait intéressant, le chef de la direction s'était fait installer un second bureau au sein du centre d'innovation. Ce nouveau centre mettait l'accent sur le développement de nouvelles technologies et de nouveaux produits, et avait pour objectif d'ajouter des fonctionnalités supplémentaires aux activités globales de l'assureur.

---

\*CGI« est le partenaire et expert de choix de nombreux fournisseurs d'assurance de dommages et d'assurance vie, courtiers et agents, y compris 7 des 10 principaux assureurs au monde, et de plus de 200 clients à l'échelle mondiale. »

## **Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances**

---

Celui-ci s'est cependant heurté à un obstacle de taille lors de l'exploitation du centre : la résistance culturelle. Il a donc décidé de mettre sur pied une entreprise entièrement nouvelle plutôt que de superposer les activités du centre à celle de son entreprise existante.

### **2.8 Contribution des TIC dans le management des compagnies d'assurance**

L'intégration des TIC dans une organisation conduit à de nombreux changements.

#### **2.8.1 TIC et « entreprise »**

L'intégration des TIC modifie la façon de travailler, d'accomplir les tâches, de collecter, d'analyser et de communiquer l'information. Avec les TIC, de nouvelles missions se créent, évoluent ou disparaissent, de nouvelles exigences naissent en matière de compétences.

L'usage des TIC offre aux managers une meilleure maîtrise des flux d'information, ce qui va doter l'entreprise d'une capacité de réactivité non négligeable face aux exigences de plus en plus oppressantes du marché et des clients.

Les TIC permettent à l'entreprise d'assurance de conclure des contrats en un temps optimal grâce à l'accessibilité de l'information, mais aussi, les TIC apportent plus d'autonomie et de flexibilité dans le style de management, on voit favoriser le management à distance. Les équipes de travail ont un caractère virtuel, elles disposent d'une grande indépendance physique mais aussi d'une grande dépendance informationnelle.

Les TIC ont la propriété d'intervenir dans les mécanismes de coordination en augmentant les possibilités de traitement, de transmission, d'accumulation et de stockage des informations nécessaires à la coordination des services et départements de l'entreprise.

La maîtrise des TIC permet d'optimiser les flux d'information au sein de l'entreprise et de faciliter la gestion de ses ressources (*humaines, physiques, financières*). Les TIC ont aussi favorisé le développement de l'apprentissage en ligne ou e-Learning, outil utilisé par certaines entreprises pour développer les compétences de leurs salariés et ainsi minimiser les coûts et réduire les pertes de temps en évitant leur déplacement.

L'usage des TIC permet de valoriser les actifs immatériels (*gestion de la connaissance, veille, intelligence économique*), homogénéiser la communication au sein de l'entreprise (*messagerie interne, intranets, serveurs fichiers partagés*), mieux piloter la gestion de l'entreprise (*progiciels ERP, faire des économies de papier à travers les formulaires en lignes, l'archivage électronique....*).

Dans une entreprise d'assurance, les apports des TIC ne se réduisent pas juste au B to C, les TIC peuvent également aider à créer de nouvelles structures de réseaux entre les sociétés au-delà des frontières de l'entreprise tels que les centres d'expertise ou les partenaires. Les TIC

## **Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances**

---

permettent aussi d'améliorer les relations avec les clients à travers un processus de commercialisation offrant plus de rapidité et de simplicité.

Cependant, l'intégration des TIC peut exposer l'entreprise à certain risques. Les entreprises se trouvent exposées à la concurrence, avec l'explosion du partage de contenu sur internet, toute différenciation sur un domaine donné peut être facilement copiée. L'entreprise peut aussi être exposée au pillage, ainsi une entreprise intégrant les TIC multiplie les risques de pillage et de piratage des données, et il serait impératif de définir des politiques de sécurité de l'information pour éviter la moindre fuite qui pourrait compromettre le bon déroulement des activités de l'entreprise.

Les changements incessants et les évolutions des technologies exigent de l'entreprise d'être toujours en veille pour survivre. Quelques soient les risques pour les entreprises, l'adoption des TIC devient inévitable, et tout le challenge aujourd'hui est comment concilier entre les risques liés à l'intégration des TIC dans les entreprises et les avantages que procurent l'appropriation de ces TIC.

### **2.8.2 TIC et « salarié »**

Du point de vue de l'individu salarié de l'entreprise, les TIC facilitent le processus d'acquisition du savoir et de l'information. Les TIC permettent aux salariés d'avoir plus d'autonomie dans la réalisation de leur travail au quotidien et un accès facilité à l'information.

L'intégration des TIC dans les entreprises permet plus de liberté, plus besoin d'être présent sur le lieu de travail pour accomplir les tâches quotidiennes, chaque travailleur étant joignable à tout moment de la journée et ayant accès aux outils et à l'information, le télétravail devient une alternative qui prend tout son sens, du moment où il offre une flexibilité et une liberté non négligeable, bien évidemment ceci n'est valable que pour les domaines et les tâches qui se prêtent au télétravail.

Les TIC mettent à la disposition du salarié une énorme source d'information avec un accès rapide et disponibilité immédiate toutefois, il ne faut pas oublier que l'intégration des TIC dans une entreprise pose pour le salarié certains problèmes d'adaptation tel l'inertie au changement, ce qui est source de déstabilisation dans une organisation et pour mieux appréhender les risques de résistance au changement, il est nécessaire de pratiquer de l'empathie, c'est-à-dire la capacité de se mettre à la place de l'autre pour comprendre ses modes de raisonnement.

Généralement, on constate souvent que les personnes plus âgées, peu formées, occupant le même poste depuis de longues années peuvent présenter des risques de résistance au changement face à l'intégration des TIC dans l'entreprise, liés à la peur de l'inconnu et de la

## **Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances**

---

nouveauté, car ils craignent de ne pouvoir s'y adapter. Mais on constate aussi des résistances au changement tout aussi important de la part de personnes jeunes et disposant d'une formation supérieure, si on tente de leur arracher des parcelles de pouvoir en les obligeant à partager des informations qu'elles détiennent en propre ou à rendre des comptes et à être contrôlées sur leur activité de manière plus étroite.

Effectivement l'intégration des TIC bouleverse les habitudes des travailleurs ainsi les métiers et les compétences peuvent être remis en cause.

En termes d'employabilité la maîtrise des TIC devient un critère important lors des recrutements mais pas uniquement le travailleur en poste est tenu. Le travail devient de plus en plus immatériel et intangible.

### **2.8.3 TIC et « *manager commercial* »**

Les managers commerciaux des compagnies d'assurance sont au carrefour de l'information et sont eux-mêmes les premiers utilisateurs des TIC, avec plus ou moins de bonheur ils travaillent plus vite grâce aux outils. Ils sont de plus en plus nombreux à prendre conscience qu'ils doivent être en mesure d'impulser une capacité à travailler autrement au sein de leurs équipes. Ils doivent pouvoir aider leurs collaborateurs à éviter la dispersion et à se fixer des priorités. Cependant un certain nombre de managers et de collaborateurs n'en sont pas encore là et ils ne maîtrisent pas totalement les TIC afférents à leurs fonctions ou à leurs tâches, on observe alors plusieurs phénomènes :

- Un retour à la centralisation : le manager est joignable où qu'il soit, on le sollicite pour se couvrir ; il se croit donc indispensable et néglige de pratiquer la délégation tout en travaillant tard le soir ou le week-end pour enfin se pencher sur ses dossiers sans être dérangé;
- Des possibilités de court-circuitage : exclu de certaines relations directes direction/collaborateur, le manager ne parvient plus à trouver sa vraie place ;
- Un sentiment d'inutilité et de découragement : face à des collaborateurs (*et en particulier les jeunes*) qui maîtrisent les TIC mieux que le manager ;
- Des difficultés à manager des collaborateurs différents : dû au conflit générationnel, il faut faire en sorte qu'aucune catégorie ne soit exclue, en particulier parmi les plus âgés. Cela suppose de créer les conditions nécessaires à l'amélioration et à l'utilisation de ces outils (*formation, soutien personnalisé*).

### **Section 03 : L'apport de la modernisation de l'appareil commercial dans une compagnie d'assurance**

Nous ne pouvons pas parler de 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.

#### **3-1-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.<sup>1</sup>

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 distribution.<sup>2</sup>

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 différents.<sup>3</sup>

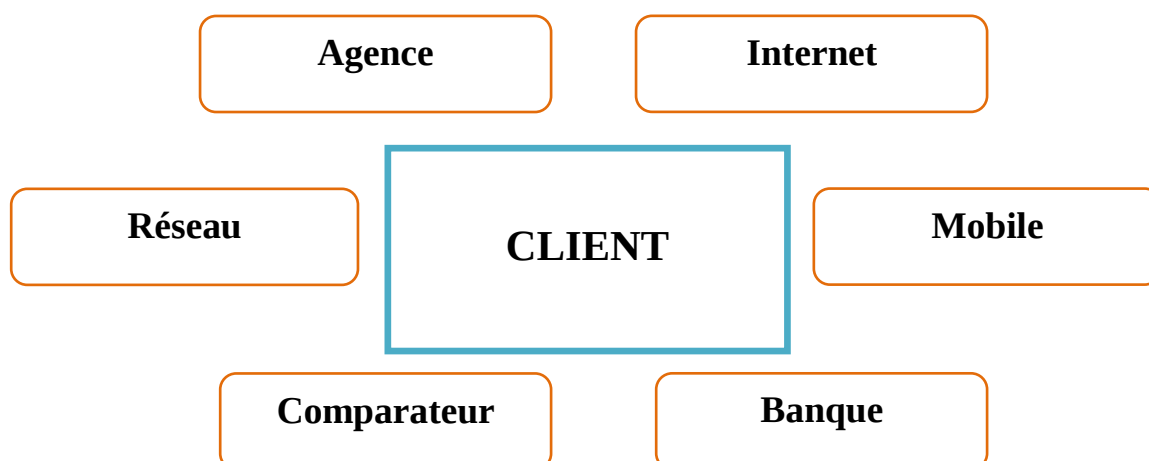
---

<sup>1</sup> C.Parmentier. *Op.cit.*, P 157.

<sup>2</sup>*Idem.*

<sup>3</sup>P.Kottler. et K.Keller .D. Manceau. « *Marketing management*». EdPEARSON 14<sup>ème</sup> édition. 2012, P.472.

Figure N°04 : La distribution multicanal



Source : C.Parmentier. *le marketing performant de l'assurance*. Edition l'Argus.2005. P 158

Cette politique permet également de multiplier les points de contact avec un même client et de renforcer la relation. Les clients qui font appel à plusieurs canaux de distribution sont souvent plus rentables que ceux qui recourent à un seul canal. Ils achètent davantage et utilisent intensément les différents canaux. Pour eux chaque canal n'est pas un substitut à l'autre : ils se renseignent sur le web avant d'aller en agence ou l'inverse.

Un tel système peut cependant constituer une source de conflits. Il faut s'assurer que les différents canaux travaillent de manière cohérente et complémentaire. Le client ne doit pas avoir l'impression d'être segmenté en fonction de ses canaux, les différents canaux de communication ne doivent plus être envisagés en concurrence mais bien en complémentarité les uns par rapport aux autres.

Mettre en place une politique de distribution multicanal dans une compagnie d'assurance va lui permettre d'avoir une bonne connaissance des clients par la mise en commun des informations de tous les canaux, d'utiliser les différents canaux pour fidéliser le client, d'enrichir la connaissance des clients par les contacts enregistrés sur les différents canaux néanmoins cela nécessite de disposer d'outils TIC.

### 3-2-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 produits<sup>1</sup>, la révolution du digital gagne aussi le domaine de l'assurance nous parlons ainsi de l'e-assurance.

<sup>1</sup>P.Kottler. et K.Keller. D. Manceau. *Opcit* 493

## Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances

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.
- 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 distribution.<sup>1</sup>

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.

---

\* Marque accessible uniquement via le web.

<sup>1</sup>P.Kottler, et K.Keller, D. Manceau. *Opcit* P. 495

### 3-3-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 domicile sur un Smartphone ou une tablette.<sup>1</sup>

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 proximité<sup>2</sup>. 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 dédiée 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

<sup>1</sup>[www.definitions-marketing.com/definition/m-commerce/](http://www.definitions-marketing.com/definition/m-commerce/), consulté le 17/01/2021 à 14h30.

<sup>2</sup>P. Kottler, et K. Keller, D. Manceau, *Op.cit.* P. 496.

## **Chapitre 1 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances**

---

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](http://www.lesfurets.com), ou encore le site [www.l lynx.fr](http://www.l lynx.fr) .

### **Conclusion**

L'assurance répond à un besoin impérieux des individus de se prémunir contre la survenance de certains événements affectant leur personne ou leur bien. De manière générale, l'assurance contribue à la sécurité de l'homme et de ses activités. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication offrent de nouveaux moyens de produire, de diffuser et de savoir. La dernière décennie du 20<sup>ème</sup> siècle, a vu la convergence de diverses technologies, Il est important de savoir que les TIC sont devenues de plus en plus des outils indispensables et stratégiques pour les compagnies d'assurance et elles sont considérées comme un facteur clés de leurs succès, car elles contribuent fortement à perfectionner les processus existants au sein des compagnies d'assurance en présentant des solutions beaucoup plus efficaces et adaptées.

Pour l'Algérie, malgré le retard et la difficulté de suivre l'évolution et l'acquisition des TIC en particulier dans les domaines des assurances, on constate une volonté et un effort considérable de la part des compagnies pour se mettre à l'air de temps et aux exigences du marché, c'est ce qui va être traité dans le deuxième chapitre.

## **Chapitre 02 : Evolution et structure de secteur des assurances en Algerie**

---

### **Introduction**

L'histoire de l'assurance revêt un intérêt certain pour comprendre nombre de mécanismes et de règles applicables aujourd'hui, elle met aussi une évidence : l'assurance n'existe que pour satisfaire des besoins.

Le développement des activités économiques ont engendré une croissance des activités assurantielles, avec l'augmentation des risques liés au travail. Sans les assurances il n'y aurait pas de gratte-ciel, car aucun ouvrier n'accepterait de travailler à une hauteur pareille, en risquant de faire une chute mortelle et de laisser sa famille dans la misère.

L'assurance aujourd'hui est devenue, plus qu'une nécessité, a travers son rôle primordial dans la protection de personnes et de leurs patrimoines.

Dans ce chapitre, nous allons consacrer la première section par donner des repères historiques ayants marqués la naissance et l'évolution de l'assurance en général et en Algerie en particulier.

En suite, dans la seconde section, le travail sera focaliser sur le marché algérien des assurances, nous allons présenter la structure de ce secteur et son dynamisme dans l'économie. Et en fin, dans la troisième section, nous allons voir les TIC en algerie.

### Section 01 : Historique du marché Algérien des assurances

L'histoire de l'assurance revêt un intérêt certain pour comprendre nombre de mécanismes et de règles applicable aujourd'hui. Elle met aussi en exergue une évidence : l'assurance n'existe que pour satisfaire des besoins. Nous allons démontrer en exposant comment est née l'assurance, puis voir comment s'est évoluée en algerie.

#### 1. Origine de l'assurance

L'assurance est une institution relativement récente, en réalité elle n'a fait son apparition qu'à la fin du moyen âge sous la forme de l'assurance maritime, comme conséquence du développement du commerce de mer dans tous les pays du bassin méditerranéen.

##### 1.1. Le prêt a la grosse aventure

Le recours est fait aux négociants-banquiers pour obtenir une assistance en cas d'avaries, de naufrage ou de capture par les pirates. Ces premières pratiques d'assistance dans le commerce sur mer aux périodes médiévale ont suscité plusieurs débats d'ordre politique, philosophique et même éthique.

Les négociants-banquiers, attirés par les profits qu'ils pouvaient tirer en assistant les armateurs pour couvrir leurs risques sur mer, ont proposé ces derniers, en contrepartie, des taux d'intérêts exagérés (entre 15% et 50%).<sup>1</sup>

Il s'agit d'opérations que l'on a qualifiées de prêts à « la grosse aventure », Le trait caractéristique des prêts a la grosse aventure est que l'avance faite majorée d'importants intérêts ne pouvait être remboursée que si la cargaison arrivait à destination et retournait à bon port sans risques.

Il s'agissait en fait d'une opération financière aux termes de laquelle le prêteur avançait son argent au-delà des mers et l'emprunteur payait un intérêt élevé, compensant l'insécurité permanente des voyages en mer.

##### 1.2. L'assurance terrestre

Bien que les assurances maritimes aient été les premières à apparaître ; suite aux grands besoins de l'homme à se protéger contre les risques, les assurances terrestres n'ont pas tardées à se manifester sous forme d'assurance vie et incendie.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> MEZDAD, Loundja. « *Essai d'analyse du secteur des assurances et de sa contribution dans l'intermédiation financière nationale* », thèse de magistère : monnaie finance et globalisation. Université de Bejaia, 2006, p15.

<sup>2</sup> COUILBAULT, François .ELAISHBERG, Constant. « *Les grands principes de l'assurance* ». Paris : 10<sup>ème</sup> édition LARGUS, 2011.

### 1.2.1. Assurance incendie

Pour les assurances terrestres, on note en premier lieu la naissance de l'assurance Incendie instaurée à cause des 13 200 maisons brûlées en Grande-Bretagne au XVIIème siècle.<sup>1</sup>

Ce désastre national a provoqué une prise de conscience sur la nécessité d'instaurer des systèmes efficaces de prévention et de compensation contre les incendies.

Des 1667, le gouvernement anglais autorise l'ouverture d'un bureau des incendies à l'origine du corps des pompiers de Londres et achète les premières pompes à eau. En 1684, naît la première société d'assurance de Londres, la « *Friendly Society Fire Office* ». Cette première ouvre la voie à d'autres dont l'« *Amicable* » en 1696, la « *Sun* » en 1710, l'Union et la London en 1714, la « *Westminster* » en 1717.

Ces Sociétés organisèrent leurs propres corps de secours en leur donnant comme instruction, en cas d'incendie, d'intervenir en priorité en faveur des immeubles assurés sur lesquels il y avait une marque d'assurance. C'est de cette manière qu'est née l'assurance incendie. En même temps, les « *Lloyd's* » proposaient les premières garanties en réassurance.

### 1.2.2. Les assurances sur la vie

C'est en Italie du nord que prirent naissance les prémices de l'assurance sur la vie. D'abord prohibée dans certains pays, puis elle réapparaît sous le nom de Tontine, pour devenir enfin ce que l'on appelle aujourd'hui l'assurance-vie.

#### ▪ Les paris sur la vie des personnes

Les Italiens pariaient sur la vie ou le décès d'une personne ce qui entraîna de très grands abus, on pariait même sur la vie des Rois, la faveur d'un courtisan, etc. Les essais s'étendirent à l'étranger, mais, très vite, considérée comme immorale cette forme primitive de l'assurance sur la vie fut prohibée au XVIème siècle, partout sauf en Angleterre.

Cette prohibition fut officiellement confirmée en France par l'ordonnance sur la marine " Défendons de faire aucune assurance sur la vie des personnes ". Cependant, les Italiens, loin d'être découragés, créèrent une autre forme d'assurance sur la vie : Les tontines.

#### ▪ Les tontines

La Tontine est une association d'épargnants qui se constitue chaque 1er janvier et dont les adhérents versent des cotisations dans un pot commun. Le capital ainsi constitué est placé dans divers produits financiers, meubles ou immeubles.

---

<sup>1</sup> Collection de l'école nationale d'assur.

## Chapitre 02 : Evolution et structure de secteur des assurances en Algerie

---

La tontine créée par le Napolitain Lorenzo Tonti, est une sorte d'assurance d'épargnant par laquelle la part des prémourants profite aux survivants soit qu'ils se partagent le capital constitué, soit qu'ils perçoivent une rente viagère constituée à l'aide de ce capital.

Constatant que cette forme d'assurance a eu l'adhésion d'un nombre assez important de la population, le banquier napolitain Tonti a eu alors une nouvelle idée en 1653, qu'il proposa à Mazarin (1602-1661)<sup>1</sup>, cette idée consistait en une nouvelle combinaison d'emprunt public fondé sur un principe nouveau, il préconisait une augmentation des arrérages payés aux survivants au fur et à mesure des décès, offrant ainsi aux petits épargnants l'espoir d'une vieillesse dorée. Les tontines privées et les tontines publiques ont cédé le pas devant le progrès de l'assurance-vie.<sup>2</sup>

### 2. Evolution du marché algérien des assurances

Le marché algérien des assurances est passé par différentes étapes depuis l'indépendance. Afin de mieux illustrer son évolution, on va présenter dans cet espace un résumé des quatre étapes importantes qui ont marquées l'histoire de l'assurance en Algérie.<sup>3</sup>

#### 2.1. La période d'avant 1962

L'Algérie était considérée par les autorités coloniales comme étant une partie intégrante du territoire français et par conséquent la législation applicable aux compagnies d'assurance en France était applicable à leurs agences en Algérie. Le gouverneur général se contentait de donner son avis sur les agréments des agences principales et de publier un rapport annuel sur l'industrie des assurances en Algérie.<sup>4</sup>

La majorité des algériens vivait en deçà du seuil de pauvreté. Ils n'avaient donc rien à assurer et encore moins les moyens de payer les primes. On veut dire par là, qu'à l'instar des autres activités économiques, l'assurance a été introduite et développée en Algérie pour les besoins des populations européennes. Ainsi, au cours des années 1950, deux assurances obligatoires ont été instituées :

- L'une relative aux accidents de travail en 1950 ;
- L'autre relative à l'automobile en 1958.

Suite à leurs institutions, le marché des assurances a connu une certaine expansion qui incita les sociétés mères dont le siège était en France à ouvrir des agences en Algérie.

---

<sup>1</sup> Mohamed Lezoul, « *la situation actuelle du secteur des assurances en Algérie, quelle sont les alternatives ?* », Mémoire de Magister, MA-Université ORAN-ALGERIE, avril 2011, p6.

<sup>2</sup> Messaoud Boualem Tafiani, « *Les assurances en Algérie* », édition ENAL, Alger, 1978.p11.

<sup>3</sup> Compagnie centrale de réassurance, Bulletin de CCR, N°9, 2012.ance

<sup>4</sup> Revue de la Compagnie Centrale de la Réassurance (CCR), n°09, 1er semestre 2012, P1.

### 2.2. La période 1962-1973

Au lendemain de l'indépendance, en attendant la mise en place d'une réglementation spécifique, le législateur Algérien a reconduit par la loi 62-157 du 21 décembre 1962, tous les textes afin de sauvegarder les intérêts de la nation.

A cette époque, 236 sociétés d'assurance étaient titulaires d'un agrément pour exercer leurs activités en Algérie, cet agrément leur était délivré en qualité de délégation ou d'agencespéciale de sociétés mères ayant leur siège en France.<sup>1</sup>

Au mois de Décembre 1962, deux projets de loi ont été élaborés. Ils avaient pour but de contrôler le marché des assurances en Algérie. Le premier ayant trait à la création de la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance (CAAR), les compagnies d'assurances étrangères se sont ainsi vues notifiées l'obligation de céder 10% (*cession légale*) de leurs portefeuilles au profit de la CAAR.

Le second était relatif aux obligations et garanties exigées des entreprises d'assurance qui exerçaient une activité en Algérie. Ces deux projets de loi qui sont devenus par la suite, les lois 63/197 concernant la création de la CAAR, et 63/201 concernant les obligations et garanties des entreprises d'assurance, constitueront les premiers instruments de contrôle du marché des assurances en Algérie.

Au mois d'Avril 1963, et pour faire face au retrait éventuel des sociétés d'assurance étrangères, la présidence a ordonné la création d'une société d'assurance d'économie mixte algéro-égyptienne à raison de 10% pour la CAAR, 51% pour l'Etat algérien et 39% pour l'Etat égyptien avec pour dénomination Société Algérienne d'Assurance (SAA).

En Octobre 1963, suite à l'institution de la cession légale au profit de la CAAR, plusieurs sociétés d'assurances ont quitté l'Algérie, et seulement 13 compagnies sont restées. Ces dernières ont d'ailleurs décidé de limiter leur agrément à une ou deux branches seulement. Ce retrait massif des sociétés étrangères a entraîné le départ de la quasi-totalité des professionnels y compris les nationaux qui se sont vu proposer des mesures alléchantes pour rejoindre le siège des sociétés mères en France.

Par la suite, l'ordonnance n°66-127 du 27 mai 1966 a instituée le monopole de l'Etat sur toutes les opérations d'assurances. En plus de la nationalisation, l'institution du monopole de l'Etat a fonctionnalisé l'activité c'est-à-dire que toutes les personnes qui travaillaient au niveau des entreprises sont devenues des fonctionnaires de l'Etat.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Compagnie centrale de réassurance. *Op.cit.*

<sup>2</sup> Revue de la Compagnie Centrale de la Réassurance (CCR) .*Op.cit.* P2.

## Chapitre 02 : Evolution et structure de secteur des assurances en Algerie

---

Suite au retrait des sociétés d'assurance étrangères, la CAAR et la SAA ont décidé de recourir aux intermédiaires (*courtiers et agents généraux*) afin d'assurer la plus large présence possible sur le territoire national. Mais comme les intermédiaires exerçaient une activité privée et qu'après l'institution du monopole de l'Etat en 1966, les sociétés d'assurance étaient gérées socialement, ces dernières ont décidé fin 1972, de ne plus recourir aux intermédiaires et par conséquent mettre fin à leur fonction.<sup>1</sup>

### 2.3. La période 1973-1989

La création de la Compagnie Centrale de Réassurance (CCR) en 1973, parachevait le contrôle de l'État sur toutes les opérations d'assurance. De la distribution des polices au placement en réassurance, toute la chaîne de transformation de la prime était sous le contrôle de l'Etat. Dans ce contexte, la CCR avait pour objectif de défendre l'indépendance économique du pays et de retenir le plus de primes possibles à l'intérieur du marché. Cette période a été caractérisée par une spécialisation de l'activité d'assurance, la CAAR et la SAA ont été spécialisées par décision du Ministère des finances N° 828 du 21 Mai 1975 :

- La CAAR s'occupait des risques industriels et le transport ;
- La SAA s'occupait exclusivement de l'assurance automobile et des risques des particuliers.

Une accentuation de la spécialisation a été entamée en 1982, avec la création de la Compagnie Algérienne d'Assurance Transport (CAAT), qui monopolisait les risques de transport prenant ainsi, une part de marché à la CAAR qui monopolisa alors les risques industriels. Cette spécialisation a eu deux effets :

- Altérer les relations avec les assurés qui, se trouvant face à un seul fournisseur ne pouvaient ni discuter les conditions des contrats, ni remettre en questions les réductions et rejets abusifs des indemnités ;
- Réduire considérablement l'intérêt du démarchage de la clientèle.

### 2.4. La période 1989-2019

En 1989, la parution des textes relatifs à l'autonomie des compagnies publiques entraîne la déspecialisation.<sup>2</sup> A compter de cette date, les sociétés ont pu souscrire dans toutes les branches.

---

<sup>1</sup> OUBAAZIZ SAID, « *les reformes institutionnelles dans le secteur des assurances, cas de l'industrie assurancielle Algérienne* », thèse de Magister « Management des entreprises », Université MMTO, 2012.p34.

<sup>2</sup>Voir le guide des Assurances en Algérie 2009. Edité par KPMG SPA Janvier 2009. P.14.

## Chapitre 02 : Evolution et structure de secteur des assurances en Algerie

---

Ainsi, les trois compagnies publiques existantes ont modifié leurs statuts en inscrivant dans leurs exercices toutes les opérations d'assurance et de réassurance, ce qui a entraîné l'émergence d'une réelle concurrence entre ces compagnies.

Mais, ce n'est qu'en 1995, avec l'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995, que l'Algérie s'est dotée d'un cadre juridique des assurances. En effet, cette ordonnance est le texte de référence du droit algérien des assurances. Elle met fin au monopole de l'Etat en matière d'assurances et permet la création de sociétés privées algériennes. Ce texte a réintroduit les intermédiaires d'assurances (agents généraux et courtiers), disparus avec l'institution du monopole de l'Etat sur l'activité d'assurance.

Les compagnies étrangères désireuses de s'implanter en Algérie peuvent se constituer en sociétés d'assurances de droit local, en succursales ou en mutuelles d'assurances. Elles peuvent également opter pour la création d'un bureau de représentation depuis janvier 2007. A chacune de ces structures correspond un régime juridique qui lui est particulier.

L'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995 a été complétée et modifiée par la loi n° 06-04 du 20 février 2006. Les principaux apports de cette loi sont :

- Le renforcement de l'activité d'assurances de personnes ;
- La généralisation de l'assurance de groupe ;
- La réforme du droit du bénéficiaire ;
- La création de la bancassurance ;
- La séparation des activités vie et non-vie des compagnies d'assurances ;
- Le renforcement de la sécurité financière ;
- La création d'un fonds de garantie des assurés ;
- L'obligation de libération totale du capital pour agrément ;
- L'ouverture du marché aux succursales des sociétés d'assurances et/ou de réassurance étrangères.

La loi n° 06-04 du 20 février 2006<sup>1</sup> a instituée une commission de supervision des assurances qui est chargée de :

- Veiller au respect, par les sociétés et intermédiaires d'assurances agréés, des dispositions législatives et réglementaires relatives à l'assurance et à la réassurance ;
- S'assurer que ces sociétés tiennent et sont toujours en mesure de tenir les engagements qu'elles ont contractés à l'égard des assurés ;

---

<sup>1</sup> Voir l'article 07 de l'ordonnance n°95-07 du 25 Janvier 1995 relative aux assurances. JORA n °13 du 08/03/1995

## Chapitre 02 : Evolution et structure de secteur des assurances en Algerie

---

- Vérifier les informations sur l'origine des fonds servant à la constitution ou à l'augmentation du capital social de la société d'assurance et/ou de réassurance.

L'année 2008 a été marquée par le règlement définitif du contentieux algéro-français sur les assurances. Le contentieux remonte à l'année 1966, lorsque le secteur des assurances a été nationalisé par l'État algérien nouvellement indépendant. Une fois les sociétés françaises parties, leurs engagements ont été honorés par les sociétés algériennes. Cependant, les biens immobiliers acquis en contrepartie de ces engagements étaient restés juridiquement en possession des sociétés françaises. De ce fait, les sociétés algériennes ont dû régler les sinistres sans pouvoir utiliser pour ce faire les actifs correspondants.

L'accord du 7 mars 2008, entre les sociétés françaises AGF, Aviva, AXA, Groupama et MMA et les sociétés publiques algériennes SAA et CAAR, régularise en droit algérien la situation de fait décrite précédemment : il organise un transfert de portefeuille entre les deux parties signataires à effet rétroactif à compter de 1966.<sup>1</sup>

L'année 2009 a quand à elle vu la publication dans le Journal Officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire du décret exécutif n° 09-375 du 16 novembre 2009. Ce décret a fixé le capital social (*ou fonds d'établissement*) minimum des sociétés d'assurance et/ou de réassurance. Ainsi, le capital social minimum des sociétés d'assurance et/ou de réassurance est fixé à :

- Un milliard de dinars, pour les sociétés par actions exerçant les opérations d'assurances de personnes et de capitalisation ;
- Deux milliards de dinars, pour les sociétés par actions exerçant les opérations d'assurances de dommages ;
- Cinq milliards de dinars, pour les sociétés par actions exerçant exclusivement les opérations de réassurance.

Enfin, le décret exécutif n°10-207 du 9 septembre 2010, modifiant et complétant le décret exécutif n° 95-409 du 9 décembre 1995, relatif à la cession obligatoire en réassurance, fixe le taux minimum de la cession obligatoire des risques à réassurer à 50 % au bénéfice de la Compagnie Centrale de Réassurance (CCR). La mesure vise notamment à réduire les transferts de devises vers l'étranger et à faire de la CCR une puissante compagnie nationale de réassurance.

---

<sup>1</sup> Mohamed Daddi Hammou, « analyse du comportement du consommateur dans le marche Algérien des assurances », ENSSE-ingénieur d'Etat en statistique appliquée 2010.p02.

### Section 02 : La structure et la dynamique du marché algérien des assurances

Selon l'étude sur les marchés mondiaux de l'assurance réalisée par la compagnie de réassurance mondiale, SwissRe<sup>1</sup>, l'Algérie se classe à la 64ème place mondiale (67ème en 2013) par le montant des primes encaissées (sur 147 pays étudiés), avec une part de marché mondiale de 0,03%, et à la 6ème place en Afrique, derrière l'Afrique du Sud (18ème), le Maroc (52ème), l'Egypte (60ème), le Nigéria (61ème) et le Kenya (62ème).

Selon cette étude, l'Algérie, avec l'équivalent de 1,59 Md USD de primes encaissées en 2018 (1,52 Md en 2017), participe à hauteur de 2,32 % au marché de l'assurance du continent africain (68,9 Mds USD), qui lui-même ne pèse que 1,44 % du marché mondial (4 778 Mds USD).

#### 1. La composition du secteur Algérien des assurances

Les compagnies d'assurances et de réassurance sont au nombre de vingt-et-une<sup>2</sup>, 10 sociétés publiques, neuf sociétés privées et deux mutuelles. Le phénomène nouveau est la création de filiale « vie » par certaines compagnies pour respecter la réglementation qui impose la séparation des activités Dommages et Vie en deux entités distinctes.

##### ▪ Neuf sociétés publiques et un monopole public de la réassurance

Quatre compagnies généralistes opèrent dans toutes les branches d'assurances, la CAAR, la SAA, la CAAT et la CASH (filiale de la Sonatrach). Les trois premières compagnies publiques ont créé trois filiales d'assurances de personnes en application de la loi 06/04 qui impose aux sociétés d'assurances de séparer les assurances de dommages et celles de personnes. Les trois sociétés en question sont : « TAAMINE LIFE ALGERIE » SPA, filiale de la CAAT ; « CAARAMA assurance » SPA, filiale de la CAAR et « Société d'assurance de prévoyance et de santé » SPA, filiale issue du partenariat entre la SAA et la compagnie française MACIF; deux compagnies publiques sont spécialisées dans l'assurance du risque crédit : la CAGEX (assurance crédit à l'exportation) et la SGCI (assurance crédit à l'immobilier) ; une société publique de réassurance, la CCR, Compagnie centrale de réassurance, bénéficie des cessions préférentielles du marché et de la garantie de l'Etat.

##### ▪ Six sociétés privées algériennes

- 2A, Algérienne des assurances ;
- Alliance Assurances (société cotée sur la bourse d'Alger) ;
- CIAR, Compagnie internationale d'assurance et de réassurance et sa filial d'assurance de personnes Macir-Vie.

---

<sup>1</sup> www.Swissre.com, (2017).consulté le 15 janvier 2021 à 19h00.

<sup>2</sup> Revue de l'assurance : N°8 / 1er Semestre 2015.- Revue éditée par le Conseil National des Assurances.

## Chapitre 02 : Evolution et structure de secteur des assurances en Algerie

---

« Macir-Vie » qui a obtenu son agrément par arrêté n°67 du 11 août 2011 du ministère des Finances pour la distribution des produits d'assurances de personnes (*filiale de la CIAR*). Salama Assurances (*ex Al Baraka Oua Al Amane*). TRUST Algeria.

### ▪ Trois sociétés privées étrangères

Axa Algérie qui a ouvert sa première agence en décembre 2011 et dispose de 2 filiales (*Dommages et Vie*), en partenariat avec le FNI (36%), et la BEA (15%) (*filiale de l'entreprise française Axa*).

Cardif El Djazaïr, première société agréée spécialisée en assurances de personnes en Algérie (*filiale de l'entreprise française BNP*). GAM, Générale d'assurance méditerranéenne (*appartenant au groupe ECP, société de capital-investissement panafricaine*).

### ▪ 28 sociétés mutuelles (nous citons deux exemples)

CNMA, mutuelle agricole, héritière de la mutualité agricole française, représente une part de marché de 6 %. MAATEC, mutuelle des travailleurs de l'éducation nationale et de la culture. La part de marché des assureurs privés a fortement progressé au cours des années 2000 pour se situer à 20% en 2008 et à 21,8% au 2015, alors qu'elle s'établissait à 5% en 1999.

Malgré l'ouverture des activités d'assurance aux opérateurs privés, le secteur de l'assurance demeure encore dominé par les opérateurs publics qui représentent les 3/4 du chiffre d'affaires de l'assurance en Algérie.<sup>1</sup>

Pour la vente de leurs produits, ces sociétés disposent d'un réseau de distribution de 2397 Agences publiques et privées confondues et de 62 caisses régionales de mutualités agricoles. A titre comparatif, en France, le secteur compte 17 000 agences qui emploient 50000 personnes. Les professionnels du courtage sont actuellement au nombre de 28 contre 36.000 dans ce même pays (*France*).

## 2. La structure et la part relative par branche d'activité du secteur

Le tableau ci-dessus nous montre la situation et la part de chaque branche d'activité dans la production du secteur selon le type de capitaux (*privés/publique*) au 31/12/2019. Nous allons le comparer à l'année précédente de la même période pour analyser sa situation. Les chiffres entre parenthèses représentent la part ou le montant au 31/12/2018.

---

<sup>1</sup> Le secteur des assurances en Algérie (2015) Ambassade de France en Algérie - Service économique régional, juillet 2015.

## Chapitre 02 : Evolution et structure de secteur des assurances en Algerie

**Tableau N° 1 : La part du secteur des assurances publique/privé au 31/12/2019**

| Branches d'assurances en DA  | Sociétés publiques | Sociétés privées | Sociétés mixtes | Total marché                         | Part de capitaux privés |
|------------------------------|--------------------|------------------|-----------------|--------------------------------------|-------------------------|
| <b>Assurance Automobile</b>  | 45 429 316 348     | 19 183 010 715   | 1 636 101 714   | 66 248 428 777<br>(61 354 031 000)   | 28.9% (29.5)            |
| <b>IRD</b>                   | 33 239 033 508     | 6 892 260 093    | 1 013 841 935,7 | 41 145 135 537<br>(38 862 918 000)   | 16.8% (14.6)            |
| <b>Assurances agricoles</b>  | 3 496 181 761      | 243 188 203      | -               | 3 739 369 964<br>(2 929 593 000)     | 6.5% (5.6)              |
| <b>Assurances transports</b> | 4 546 354 658      | 979 277 515      | 232 438 443     | 5 758 070 615,7<br>(6 356 539 000)   | 17% (14.8)              |
| <b>Assurances Credit</b>     | 1 209 077 467      | 1 983 419        | -               | 1 211 060 885<br>(1 030 428 000)     | 0.2% (0.2)              |
| <b>Total ass.dommage</b>     | 87 919 963 741     | 27 299 719 946   | 2 882 382 093   | 118 102 065 779<br>(110 533 509 000) | 32.1% (22.5)            |
| <b>Ass.de personnes</b>      | 4 756 251 368      | 3 053 418 539    | 2 772 886 816   | 10 582 556 722<br>(8 361 548 000)    | 28.8%                   |
| <b>Total</b>                 | 92 676 215 109     | 30 353 138 485   | 5 655 268 909   | 128 684 622 501                      | 23.5% (21.5)            |

Source : conseil nationale des assurances 31/12/2019

L'assurance automobile obligatoire représente Au 31 décembre 2019, le poids des sociétés d'assurance (*dommage et personne*) à capitaux privés s'élève à 23,5%. Leur chiffre d'affaires commun, d'un montant de près de 30,3 milliards de dinars, connaît une hausse de 2 % comparativement à la même période de 2018. La structure et la part relative par branche d'activité est fortement déséquilibrée.

La branche automobile qui relève de l'assurance obligatoire est dominante. près de 50% du marché d'un montant de 66,2 milliards de dinars et l'assurance de personnes est d'un montant de 10,5 milliard de dinars, elle représente moins de 9% de la totalité de marché, mais cette dernière progresse assez vite à cause essentiellement des assurances de groupes et de l'assurance exigée pour l'obtention d'un crédit bancaire (*immobilier uniquement depuis la suppression du crédit à la consommation*), en comparant avec l'année précédente nous remarquons une hausse de 21% de cette branche d'assurance de personne, avec un montant de 8.3 milliard de dinars au 31 décembre 2018, et qui est passé a 10.5 milliard de dinars au 31/12/2019.

La branche « Transport » a enregistré une baisse de 9,4% qui provient essentiellement de la diminution du chiffre d'affaires de l'assurance maritimes, en baisse de plus de 20% en 2018, Parallèlement, le volume des importations a connu, toujours au 31 décembre 2019, une baisse de 10% par rapport à la même période de 2018.

### 3. Les intervenants sur le marché algérien des assurances

Le cadre institutionnel du marché algérien des assurances est composé de trois institutions autonomes : Le Conseil National des Assurances (CNA), la commission de supervision des assurances (CSA), et la Centrale des Risques (CR).

D'autres acteurs interviennent dans le marché Algérien des assurances, à l'image des : Agents généraux, les courtiers et les banques. Tous ces intervenants sont sous la tutelle du Ministère des finances.

#### 3.1. Le ministère des finances

Les sociétés d'assurance et de réassurance ne peuvent exercer leur activité qu'après avoir obtenu l'agrément du ministère des finances.

Le ministère veille à la protection des droits des assurés et des bénéficiaires des contrats d'assurance, à la solidité de l'assise financière des entreprises d'assurance et de réassurance ainsi qu'à leur capacité à honorer leurs engagements.

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

#### 3.2. Les institutions autonomes

##### 3.2.1. Le conseil national des assurances

Le conseil national des assurances et le cadre de concertation entre les diverses parties impliquées par l'activité d'assurance, à savoir :

- Les assureurs et intermédiaires d'assurance ;
- Les assurés ;
- Les pouvoirs publics ;
- Le personnel exerçant dans le secteur.

Le conseil est une force de réflexion et de proposition à même de préserver les intérêts des parties impliquées dans la concertation. Présidé par le Ministère des finances, il représente l'organe consultatif des pouvoirs publics sur tout ce qui se rapporte « *a la situation, l'organisation et au développement de l'activité d'assurance et de réassurance* ».

Il se prononce sur tout projet de texte législatif ou réglementaire concernant l'activité d'assurance. Son avis est notamment requis pour l'étude des demandes d'agrément de compagnie d'assurance et de courtiers.

A travers les travaux scientifiques qu'il entreprend et les recommandations qu'il présente aux décideurs, le conseil national des assurances apparaît comme un instrument de première importance dans la détermination de la politique générale de l'Etat en matière d'assurance.

### **3.2.2. La commission de supervision des assurances (CSA)**

La commission agit en qualité d'administration de contrôle au moyen de la structure chargée des assurances au ministère des finances, et cela par le biais des inspecteurs d'assurance.

Dans l'objectif de garantir la solvabilité des compagnies d'assurance, la CSA peut requérir des expertises d'évaluation liées aux engagements réglementés.<sup>1</sup>

La commission peut également 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.

### **3.2.3. La centrale des risques (CR)**

La centrale est rattachée à la structure chargée des assurances au ministère des finances. Elle a pour mission la collecte et la centralisation des informations afférentes aux contrats d'assurance-dommages souscrits auprès des sociétés d'assurance et les succursales d'assurance étrangères agréées.

## **3.3. Les banques**

L'Algérie s'est ouverte à la bancassurance en vertu de la loi 06-04 du 20 février 2006, qui a autorisé la distribution des produits d'assurance par la banque, établissements financiers et assimilés. Il faut savoir que la bancassurance est une forme d'intermédiation qui permet à l'assureur de distribuer ses produits par l'intermédiaire des banques. Les produits d'assurance concernés sont limités à cette liste :

- Les assurances crédits, les assurances de personne, les assurances des risques simples d'habitation et les assurances agricoles.

---

<sup>1</sup> Mokrane Ali, « diffusion et impacts des technologies de l'information et de la communication au sein des entreprises : éléments d'analyse empirique du cas de l'industrie manufacturière Algérienne », thèse du doctorat en science économique, 2015.

## Chapitre 02 : Evolution et structure de secteur des assurances en Algerie

---

La période 2008 à 2018 a été marquée par la concrétisation de plusieurs accords de bancassurance :

- La SAA a noué des partenariats avec deux banques publiques : la banque du développement local (BDL) et la Banque de l'agriculture et du développement rural(BADR) ;
- Le groupe bancaire BNP PARIBAS, via sa filiale Cardif, s'est associé avec la CNEP banque pour créer une filiale commune dans la bancassurance ;
- La CAAT et la CAAR ont loué un partenariat avec la Banque Extérieure d'Algerie(BEA).

### 3.4. Les agents généraux

Plus de 560 agents généraux d'assurance interviennent en dehors du réseau direct des compagnies pour une distribution de proximité, ils représentaient en 2012 plus de 20% de la production des compagnies d'assurances. Certaines sociétés, surtout privées, travaillent davantage avec des agents généraux qu'avec leurs propres salariés. C'est le cas de la CIAR dont 75% du chiffre d'affaires est réalisé par les agents généraux.

### 3.5. Les courtiers

Les courtiers sont au nombre de 28, exclusivement nationaux car la loi interdit aux courtiers internationaux d'exercer directement leurs activités. Les courtiers représentent, en 2018, 6% de la production des compagnies, contre 2% en 2002.

Le chiffre d'affaire moyen généré par les courtiers a été de 82 millions de dinars en 2014, très supérieur à la moyenne des points de vente. Ceci s'explique par le fait que les courtiers interviennent davantage dans les entreprises où les primes moyennes des contrats sont plus élevées.

Le marché algérien des assurances accélère sa mue, les différentes modifications apportées à l'ordonnance 95-07 qui ont étendu la libéralisation du secteur, visent à offrir de nouvelles perspectives de développement.

### Section 3 : Les TIC et leur rôle

L'environnement numérique dans lequel évoluent les entreprises algériennes est pour beaucoup dans cette situation d'« *hésitation* ». L'Algérie accuse un énorme retard en matière d'accès à Internet avec un taux de pénétration de 14 % seulement, alors qu'il est de 55 % au Maroc, 40 % en Tunisie et 20 % en Libye. En matière de débit, elle est classée à la 30<sup>ème</sup> place sur 32 pays au niveau africain<sup>1</sup>. Il y a une urgence pour l'Algérie de s'adapter à la révolution mondiale du numérique qui a un impact sur le comportement des citoyens, sur la gestion des institutions et des entreprises.

C'est que les NTIC ont des implications au niveau de la gouvernance politique, gestion des entreprises et des administrations et un impact également sur notre mode de vie renvoyant au savoir et à l'innovation permanente. Même si les Algériens en général aiment et savent utiliser l'outil technologique, le gouvernement et les acteurs économiques ne sont pas des exemples à suivre,<sup>2</sup> L'Union Internationale des Télécommunications, une agence spécialisée des Nations Unies, dans son classement 2017 portant sur l'indice de développement des technologies de l'information et de la communication, classe l'Algérie à la 102<sup>ème</sup> place sur 176 pays étudiés. Toutefois, selon le même rapport, l'Algérie a amélioré son score, et elle gagne quatre places par rapport au classement de 2016. et également, un progrès non négligeable a été constaté selon les réalisateurs du classement, notamment, en ce qui concerne le nombre d'abonnements mobiles, mais aussi le nombre d'utilisateurs d'internet.

En effet, Ce n'est, que durant les cinq dernières années que des progrès significatifs ont été enregistrés en matière de pénétration d'Internet avec des débits acceptables (*augmentation des débits des offres ADSL d'Algérie Télécom*), notamment avec l'introduction de la 4G-LTE d'Algérie Télécom et le lancement de la 3G et la 4G par les trois opérateurs mobiles. Le parc d'abonnés 4G a enregistré une forte hausse, passant de 1,465 million d'abonnés à fin 2016 à 9,868 million à fin 2017, cette progression est expliquée par l'autorité de régulation de la poste et de la télécommunication (ARPT) à la migration des abonnés GSM et 3G (*le parc 3G a atteint 21.592 million d'abonnés contre 24,227 million à fin 2016*) vers la nouvelle technologie 4G<sup>3</sup>, malgré cette évolution remarquable le parc 4G reste sensiblement inférieur au parc de 3G, ce qui s'explique principalement par l'absence de couverture 4G dans plusieurs régions, ainsi les prix d'acquisition des Smartphones compatibles la 4G.

---

<sup>1</sup> Voir la revue de l'assurance N°6 août 2014 « *l'assurance à l'heure des TIC* », p. 33. Disponible sur en PDF

<sup>2</sup> SAIM Massinissa « *les NTIC comme dispositif de communication marketing* », mémoire fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme en master science commerciale, université UMMTO, 2015.p.52.

<sup>3</sup> Voir le rapport annuel de l'ARTP 2017, disponible sur [www.artp.dz](http://www.artp.dz)

## Chapitre 02 : Evolution et structure de secteur des assurances en Algerie

---

Cependant les entreprises dont l'activité est spécifique au secteur des TIC peuvent être classées en six domaines d'activités à savoir : <sup>1</sup>

- **Activité télécommunication :** Regroupe toutes les activités liées au télécoms : les centres d'appels, taxiphones, entreprises de radiodiffusion, entreprises d'exploitation des services internet, entreprises de réseaux de télécommunication et celle d'exploitation et de contrôle de l'utilisation du spectre des fréquences électriques et radiocommunication ;
- **Activités informatique, conseils et activités connexes :** Ce groupe d'activités concerne les entreprises dont l'activité est liée à l'informatique comme les cybercafés, les bureaux d'études et de consulting en informatique ainsi que les entreprises d'ingénierie informatique ;
- **Activités industrie et service TIC :** Elle regroupe les activités de fabrication et d'installation de produit TIC : la fabrication de câbles électriques et téléphoniques, la fabrication de machines de bureau et l'installation de réseaux et traitement de données, ... ;
- **Activités de commerce des produits TIC :** Elle regroupe les entreprises de commerce de gros et d'importation des produits TIC : le commerce de gros de matériels informatique, le commerce de gros des supports audiovisuels et import-export d'appareils et équipement de gestion de monétique ;
- **Agences publiques liées aux TIC :** Ce groupe ressemble les agences publiques sous tutelle du MPTIC : ANPT, ANF, ANRM, ASAL ;
- **Activités postale :** Elle concerne les établissements de gestion de services postaux et des services financiers postaux ainsi que les entreprises de courrier express.

En ce qui concerne l'e-paiement qui a été lancé en octobre 2016, actuellement, le service de paiement électronique se limite au paiement de factures d'électricité, de gaz et de l'eau ainsi que certains services d'assurances notamment l'assurance voyage. Cette année devrait être marquée par une large propagation du paiement électronique à la faveur de la disposition de la loi de finance 2018 qui stipule que tout agent économique, qui offre des biens ou services à disposition des consommateurs, doit mettre à leur disposition des TPE\* pour leur permettre de régler le montant de leur achats par carte de paiement électronique, et grâce aussi au projet de loi sur le commerce électronique qui est soumis au parlement.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>[www.mpttn.gov.dz](http://www.mpttn.gov.dz), « économie des tic. Synthèse de quelques indicateurs économiques du secteur des PTIC »

\* TPE « terminaux de paiement électroniques ».

<sup>2</sup> ALGERIE FOCUS. « Paiement électronique en Algérie », rédaction AF.2018, Disponible sur [www.algeriefocus.com](http://www.algeriefocus.com)

### 3.1. Le marché algérien des assurances 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 Intranet qui assure une coordination et une organisation de travail optimisée au sein de chaque société.<sup>1</sup>

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 web<sup>2</sup>. 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 vu le nombre de plus en plus croissant des internautes. Les entreprises investissent à des échelles différentes dans leur marketing digitale.

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 client<sup>3</sup>, 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 marketing.<sup>4</sup>

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

---

<sup>1</sup> Revue de l'assurance N°6 août 2014 « l'assurance à l'heure des TIC », page 32. Disponible sur en PDF [www.cna.com](http://www.cna.com),

<sup>2</sup> 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](http://www.cna.com)

<sup>3</sup> Revue de l'assurance N°6 août 2014 « l'assurance à l'heure des TIC », page 32. Disponible sur en PDF [www.cna.com](http://www.cna.com),

<sup>4</sup> CNA bulletin des assurances N°37, 4<sup>em</sup> trimestre 2016 page 8. Disponible sur en PDF [www.cna.com](http://www.cna.com);

## Chapitre 02 : Evolution et structure de secteur des assurances en Algerie

---

compréhensibilité, la charte graphique, etc. Cela, afin de capter au mieux, puis pour bien satisfaire les exigences du client.

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...*)

L'innovation est devenue une nécessité doublée d'un défi pour les compagnies souhaitant maintenir ou améliorer leurs performances et se démarquer face à la concurrence et à la compétition.

Avec l'avènement du paiement électronique en Algérie<sup>1</sup>, beaucoup de compagnies ont lancé dans le programme, à l'exemple de la compagnie d'assurances de personnes AMANA qui permet de souscrire à une police d'assurance voyage via la carte interbancaire CIB sur son site internet [www.amana.dz](http://www.amana.dz) à partir d'octobre 2016.

Une grande première dans le secteur des assurances. De la sorte, plus besoin d'effort inutile, l'assuré est juste tenu d'insérer les informations relatives à son identité et à son voyage puis de valider. Une fois ces renseignements validés, il n'a qu'à introduire les coordonnées bancaires figurant sur sa carte CIB\* ainsi que le code confidentiel prévu à cet effet.

---

<sup>1</sup>Revue d'assurance N°14, « bancassurance 10 ans après », septembre 2016 page 51, disponible sur en PDF [www.cna.com](http://www.cna.com)

\* CIB « carte de paiement interbancaire ».

## Chapitre 02 : Evolution et structure de secteur des assurances en Algerie

---

Le paiement étant confirmé, il sera redirigé directement vers le site web de la société afin d'imprimer son contrat de paiement de l'assurance voyage. Ce genre 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 espèces. 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.<sup>1</sup>

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.

---

<sup>1</sup>CNA bulletin des assurances n°37, 4<sup>ème</sup> trimestre 2016 p 8. Disponible sur en PDF [www.cna.com](http://www.cna.com) .

### Conclusion

L'assurance est une discipline qui s'est développée au cours de l'histoire, depuis l'antiquité et à travers le moyen âge, les assurances maritimes sont apparues et c'est au 19eme siècle que l'assurance moderne a vu le jour, suite au développement des activités économiques. L'assurance répond à un besoin impérieux des individus de se prémunir contre la survenance de certains événements affectant leur personne ou leur bien. De manière générale, l'assurance contribue à la sécurité de l'homme et de ses activités.

En Algérie, malgré tout les réformes du cadre réglementaire du secteur sur l'ouverture des activités d'assurances aux opérateurs privés, le secteur d'assurance demeure encore dominé par les opérateurs publics qui représentent plus de 70% du marché en 2019.

Cette reconfiguration s'interprétera en pratique par une augmentation de la concurrence et une modification de la structure du marché, par le passage d'un marché relativement concentré (*oligopole*) détenu en intégralité par les pouvoirs publics et identifié par les compagnies d'assurances publiques ( *SAA, CAAR, CAAT, CASH*) et les mutuelles (*CNMA, MAATEC*) à une structure atomisée caractérisée par une déréglementation du secteur assurantiel et l'arrivée de nouveau acteurs sur le marché, avec l'intégration d'un nombre plus élevé d'offreur proposant un plus grand nombre de produits alternatifs, tel que les entreprises privées algériennes (*2A, GAM et ALLIANCE*) et les compagnies privées étrangères (*CIAR, TRUST ASSURANCE et la SALAMA ASSURANCE*).

## **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

---

### **Introduction**

L'innovation technologique a engendrée une forte croissance des transactions au niveau mondial et suscité de nombreuses nouveautés en matière de l'opération financière. Ce changement est soutenu en Algérie par la promulgation de la loi 06/04 de 20/02/2006 modifiant et complétant l'ordonnance 95/07 du 20/01/1995 relative aux assurances et suivi de la part des entreprises d'assurances, par l'introduction de nouvelles méthodes de travail qui va contribuer à l'amélioration de qualité de service des opérations d'assurances.

Après avoir présenté le cadre général de notre étude, ce chapitre vise à analyser les éléments de réponses qui ont trait à l'utilisation des TIC au sein de la Société Algérienne des assurances (SAA), nous comptons sur les résultats d'une enquête que nous avons menée. Ainsi, nous aborderons dans ce chapitre d'abord présentation de la SAA, ainsi que la structure organisationnelle et enfin les nouvelles technologies de l'information et de la communication utilisée au sein d'une Société Algérienne d' Assurance (SAA).

### **Section 1 : Présentation de la SAA**

La société algérienne des assurances (SAA) est une société couvre contre les principaux risques, assiste les agricultures et éleveurs dans leurs différentes activités, afin de leurs permettre une bonne maitrise des techniques requises à leurs exploitations et d'améliorer leurs rendements avec le maximum de prévention et de sécurité.

#### **1. Historique de la SAA**

La SAA a été créé le 12 décembre 1963 sous forme d'une société mixte Algéro-Egyptienne (61%-39%), avant qu'elle ne soit institutionnellement monopolisée par l'Etat sur les opérations d'assurances par ordonnance N°66.127, le 27 mai 1966 ayant conduit à la nationalisation de la SAA par ordonnance N°66.129. Le monopole de l'Etat sur les opérations d'assurances a conduit à l'exploitation du marché, en concurrence avec la CAAR, et la suppression des intermédiaires privés des assurances en 1972.<sup>1</sup>

- **Janvier 1976**, spécialisations des entreprises d'assurances : la SAA a été chargée de développer les segments du marché concernant les branches d'assurances suivantes :
  - Automobile ;
  - Risques des ménages, des artisans et commerçants, des collectivités locales et autres institutions relevant du secteur de la santé et des professionnels ;
  - Des assurances de personnes (*accident, vie, maladie retraite, groupe etc.*).

---

<sup>1</sup>Document interne de la SAA.

## **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

---

- **Février 1989** : transformation de la SAA en EPE dans le cadre de l'autonomie des entreprises.
- **1990** : levée de la spécialisation des entreprises publiques d'assurance : la SAA se lance dans la couverture des risques industriels, de la construction, de l'engineering et du transport, pour étendre ses activités aux risques agricoles à compter de l'année 2000. La levée du monopole de l'Etat sur les activités d'assurances en 1995, a permis l'application de l'ordonnance 95/07 de janvier 1995, complétée et modifiée par la loi N°06/04 conduisant à:
  - L'ouverture du marché aux investisseurs nationaux et étrangers ;
  - La réintroduction d'intermédiaires privés (*agents généraux, courtiers et Bancassurance*) ;
  - La mise en place des outils de contrôle du marché et la création de la Commission Nationale de Supervision des Assurances ;
  - La séparation des assurances de personnes par rapport aux assurances de dommages.

### **1. Présentation de la Société Nationale des Assurances (SAA)**

La SAA est une société par action au capital social de 20 milliard de DA. Elle est classée au premier rang du marché national, elle s'emploie à confronter sa position de leader dans le secteur des assurances en réalisant :

- Un chiffre d'affaire qui progresse à un rythme supérieur à celui du secteur ;
- Une part de marché estimée à 30% du marché national ;
- Un réseau commercial représentant le 1/3 du secteur.<sup>1</sup>

#### **2.1. Les objectifs de la SAA**

Les objectifs de la SAA sont les suivants :

- Amélioration constante de la qualité du service au profit de la clientèle par l'accélération du rythme des indemnisations et la qualité de l'accueil dans ses agences ;
- Maintien de la croissance du chiffre d'affaire ;
- Amélioration du niveau de formation des cadres ;
- Modernisation du système de gestion et d'information ;
- Extension de ses canaux de distribution ;
- Consolidation de sa composition de 1<sup>er</sup> Rang du marché national.

---

<sup>1</sup>Rahmouni Massilva, Belhired Naima, « *le réseau de la bancassurance au sein d'une société d'assurance et de la banque. Cas de la SAA de Tizi Ouzou* », institut national spécialisé de formation professionnelle Imerzoukene Arezki Tizi Ouzou (INSFP), 2014.p101.

## **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

---

### **2.2. La vocation de la SAA**

La SAA pratique les opérations d'assurances de dommages :

- Assurances Responsabilité Civile et Dommages aux véhicules ;
- Assurances des Commerçants, des particuliers et Professionnels ;
- Assurances des Risques Industriels ;
- Assurances Engineering et Construction.

### **2.3. Les filiales de la SAA**

Pour la SAA, la filiation revêt un caractère stratégique visant à organiser ses activités techniques et à se départir des services de soutien dans le but de concentrer ses forces potentielles sur le métier d'assurance.

Donc la SAA est composée des filiales suivantes :

- Une filiale d'expertises composée de 25 centres ;
- Une filiale spécialisée dans « *les assurances de personnes* » ;
- Une filiale d'assistance ;
- Une filiale imprimerie.<sup>1</sup>

## **2. Organisation de la SAA**

L'organisation de la SAA est faite à deux niveaux : au niveau central et au niveau régional.

### **3.1. Au niveau central**

La SAA est actuellement composée de certains nombres de directions ou de divisions. Ces derniers sont rattachés à deux directeurs généraux adjoints, techniques et administratifs.

#### **3.1.1. Les directions (divisions) rattachées au directeur adjoint administratif**

- La direction des Ressources Humaines (DRH) ;
- La direction du Patrimoine (DP) ;
- La direction Finance et Comptabilité ;
- La direction des Œuvres Sociales.

#### **3.1.2. Les directions (divisions) rattachées au directeur adjoint technique**

- Division de l'Audit du contrôle et du Système Informatique (DSI) ;
- Direction de Réassurance ;
- Direction du Contentieux et de la Réglementation (DCR) ;
- Division Marketing ;
- Division des Risques d'Entreprises (DRE) ;
- Division des Risques des Particuliers et des Professionnels (DRPP) ;

---

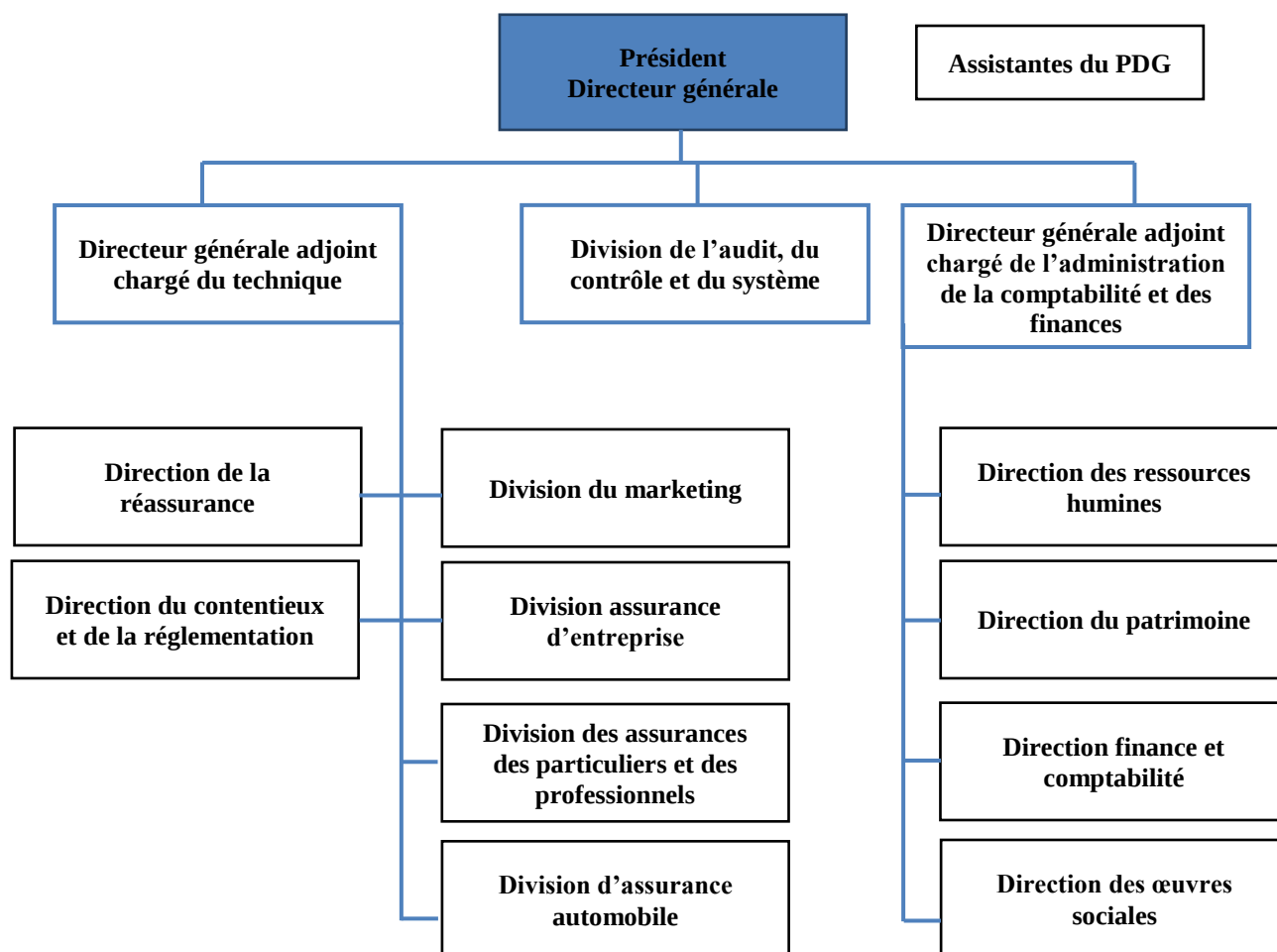
<sup>1</sup>Gadir Glmay, « *la procédure des souscriptions d'un contrat d'assurance automobile* », mémoire de master, en science économie, 2012.p100.

### Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)

- Division de l'assurance Automobile (D.Auto) ;
- Division Vie (D.Vie).<sup>1</sup>

Nous pouvons schématiser ça à travers un organigramme.

**Schéma N°02 : Organigramme de la direction générale**



Source : document interne de la SAA

#### 3.2. Au niveau régional

La direction régionale a comme mission de développer les activités de l'entreprise, de contrôler et de gérer les activités techniques, financières, comptables, ressources humaines et patrimoine des agences implantées rattachées à son réseau territorial.

Elle est aussi chargée de gérer les moyens logistiques nécessaires au bon fonctionnement des agences et veiller à adapter les contrats aux caractéristiques locales des risques assurés.

<sup>1</sup>Gadir Glmay.Op.cit.

## **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

---

Le Directeur Général est chargé du développement du chiffre d'affaires et de la gestion du portefeuille de l'entreprise. Il est secondé par un Directeur Régional Adjoint, qui est chargé de l'assister dans la gestion courante et dans la coordination des activités des structures internes à la Direction Régionale.

Dans cette direction régionale on trouve trois départements qui sont : département « *administration générale* », finance et comptabilité, département IARDT et département automobile.

### **3.2.1. Département « Administration Générale »**

Le département Administration Générale permet de :

- Définir et mettre en œuvre les moyens humains et matériels nécessaires au bon fonctionnement d'action sociales et culturelles au profit du personnel rattaché à la Direction Régionale ;
- Mettre en œuvre la politique de l'entreprise en matière de gestion des ressources humaines et matérielles de la Direction Régionale ;
- Veiller au respect de la législation sociale, du règlement intérieur, des procédures internes, de la convention collective et directive et orientation de la Direction Générale, notamment celles qui sont émises par la (DRH), (DP), (DFC) ;
- Assurer les bonnes conditions de travail (*hygiène, sécurité*) ;
- Participer à l'élaboration du plan de formation et le mettre en œuvre ;
- Produire le bilan social annuel de la Direction Régionale.

### **3.2.3. Département I.A.R.D.T « Incendies, Accidents, Risques Divers, Transports »**

Le département I.A.R.D.T de la Direction Régionale permet de :

- Promouvoir et développer tous les risques d'entreprises, de particuliers et de professionnels dans les branches (*Incendies, Pertes d'Exploitation, Bris de Machine, Responsabilité Civile, Risques Divers et Transport*) ;
- Assister les agences dans la prospection et la négociation des affaires importantes ;
- Réaliser et établir les contrats pour le compte des agences directes et des intermédiaires dans la limite des attributions fixées ;
- Contrôler la production en assurance I.A.R.D.T (*nouvelles affaires, renouvellement, modifications*) ;
- Contrôler la rédaction et la tarification des contrats abordés par les agences et intermédiaires et gérer les sinistres importants, les recours, les affaires contentieuses dans les branches I.A.R.D.T ;

## **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

---

- Participer à l'élaboration des comptes techniques et de bilan de la Direction Régionale ;
- Elaborer les différentes statistiques et tenir le fichier « client » ;
- Contrôler et superviser tous les états de sortie informatique périodiques élaborés par les agences et les intermédiaires, ainsi que tous les documents remis du réseau.

### **3.2.4. Département Automobile**

Le département Automobile permet de :

- Promouvoir et développer tous les risques dans la branche Automobile ;
- Assister les agences dans la prospection et la négociation des affaires importantes ;
- Contrôler la production en assurance Automobile :
  - Contrôler la rédaction et la tarification des contrats souscrits par les agences et intermédiaires et gérer les sinistres matériels et corporels importants, les recours, les affaires contentieuses dans les branches Automobile ;
  - Tenir les registres réglementaires de production et de sinistres, les fiches échéanciers des contrats ;
  - Participer à l'élaboration des comptes techniques et du bilan de la Direction Régionale ;
  - Elaborer les différentes statistiques et tenir le fichier « client » ;
  - Contrôler et superviser tous les états de sortie informatique périodiques élaborés par les agences et les intermédiaires, ainsi que tous les documents remis du réseau.
  - Nous pouvons schématiser ça à travers un organigramme de la direction régionale de Tizi-Ouzou.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Document interne de la SAA.

## **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

---

### **Section 2 : Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) 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.

#### **- L'utilisation des TIC au sein de la SAA**

##### **1.1. L'utilisation de logiciel Orass**

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.

ORASS suite à un résultat de 2013 en progression de 27% comparé à 2012, prévoit des taux de croissance respectifs de 25.9% et 18% de son bénéfice net pour 2014 et 2015 résultat devrait détenir 28.4% de part de marché de l'assurance algérienne à l'horizon 2016, ORASS installé dans environ 630 sites : 290 agences directes, 182 agents agréés, 22 courtiers et 136 guichets bancassurance, BADR, BDL, BNA.

ORASS 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 :<sup>1</sup>

- Les produits bancassurance (*couverture de prêt, garantie des comptes temporaire, décès, produit d'épargne,...*) ;
- 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.

---

<sup>1</sup>Entretien avec le chef de service informatique au sein de la SAA, le 10/01/2021.

## **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

---

### **1.2. Le rôle ou les avantages du logiciel ORASS**

- ORASS se distingue par sa complétude et sa capacité à gérer dans un outil 100% web, l'ensemble des processus métier d'une société d'assurance, mais aussi par sa capacité à lancer de nouveaux produits rapidement sur internet et dans nos réseaux de distribution ;
- ORASS 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, le sus assurance (*M. marketing*), la mobile assurance, les extranets (*devise en ligne, espace client, espace prospects*) et la décisionnel ;
- ORASS est conçu pour concilier la maîtrise des processus de l'assurance vie et non vie avec l'excellence technologique ;
- ORASS répond à des objectifs fonctionnels forts par exemple : vision client, mettez le client au cœur de la relation avec son assureur, une vision globale du client, de tous ses contrats, de ses sinistres quel que soit, de sa valeur, de son environnement familiale, financier et professionnel,...
- Performance : il est dimensionnel pour gérer des forts volumes de produits, contrats, sinistres, reversements,...
- 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 ;
- 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.

### **2. L'utilisation de réseau internet**

- L'internet est un réseau interconnectant à l'échelle mondiale 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 dont le coût marginal tend vers zéro. Elle pousse aussi à

## **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

---

rendre l'information gratuite pour les individus et donc à rechercher d'autres modèles économique pour en assurer la productivité (*et donc sa rentabilité*).<sup>1</sup>

### **2.1. Les avantages de l'internet**

- L'utilisation de l'internet pour la transmission d'information de toute nature entre et dans les compagnies d'assurance est un facteur très important du point de vue économique ;
- 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 ;
- L'avantage d'internet réside dans la possibilité de pouvoir agir ou réagir beaucoup efficacement ;
- L'internet accroît l'efficacité de l'activité économique et l'accélère en réduisant les coûts et confère l'interaction sociale une dimension inédite ;
- Les gains de productivité les plus importants passent par l'utilisation de réseaux électroniques ;
- Grâce au réseau internet, les compagnies d'assurances peuvent 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 de l'agence face à son environnement ;
- La connexion au réseau permet aux employés de :
  - Rechercher des informations techniques et économiques à travers des données (*normalisation, publication, brevet,...*) ;
  - 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.

### **3. L'intranet**

L'intranet désigne des réseaux privés utilisant les technologies d'internet (*moteurs de recherche, logiciels de navigation*) tout est partagé par les membres du groupe quel que soit le lien où ils se trouvent. L'intranet c'est un réseau informatique interne qui fournit un accès

---

<sup>1</sup>Lekhal Amel, *Op,cit.p.p.47-48.*

## **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

---

sécurisé et contrôlable aux informations, bases de données et ressources d'une agence grâce aux technologies ouvertes de l'internet.

L'intranet apparaît comme une réplique d'internet mais à l'usage privé de compagnie d'assurance, il s'appuie sur des logiciels de consultation de documents hypertextes qui ont fait le succès de web, la répercussion de l'information et sa mise en forme est gérée en moment du poste client.

### **3.1. Les principales caractéristiques de l'intranet**

- 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'internet ;
- Il permet d'échanger et d'accéder à des bases de données, de participer à des groupes de travail ;
- Les compagnies d'assurance peuvent travailler ensemble ;
- 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.<sup>1</sup>

### **4. Le fixe (la téléphonie)**

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*) ;
- A partir de la téléphone (*téléphone fixe*), l'internet et le réseau local la communication entre les agents se passe vite ;
- Depuis l'usage des TIC dans cette organisation l'amélioration s'est fait voir dans tous les cas ;

---

<sup>1</sup>Entretien avec les responsables de la SAA, le 17/01/2021.

## Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)

---

- La condition des travailleurs est devenue bonne, la fatigue qui se présentait à la fin de service pour tous les travailleurs a cessée avec l'usage de la téléphonie, du réseau local, de l'internet, ceci évite les vas et vient dans l'agence ce qui causerait la fatigue et déconcentration des agents.

### 5.1. 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*).

#### 5.2.1. Les avantages de messagerie électronique

- **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 coûte que quelques centimes de téléphone.

### 5.2. 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.

## 6. Le réseau local

Cette technologie permet de connecter les ordinateurs au sein de l'organisation et facilite le partage des données et informations entre différents bureaux. Le réseau local est constitué des relations de l'individu avec d'autre dans un environnement et une culture transmise par la tradition. Ainsi, le terme de compétence évacuée de sa conception réductrice à l'habilité technique et issue d'une caractéristique organisationnelle (*le lien entre la connaissance et la stratégie, capacité de réactivité d'une organisation par rapport à une autre*).

Les compétences évoluent avec les TIC, qui visent à développer une utilisation de plus en plus performante et stratégique du traitement de l'information, d'où les mutations sur la nature, le contenu et les modalités du travail.

## **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

---

### **2. Les avantages d'adoption des TIC dans la SAA**

Les outils de technologie de l'information et de la communication ont un caractère évolutif d'où la formation est indispensable pour les agents de l'entreprise. L'utilisation des TIC offre au secteur d'assurance des services toutes sortes de manières d'améliorer leur position concurrentielle, ceci inclut :

- L'accès aux informations, aux savoirs et aux savoir-faire sans limites de distance ;
- Favorise la créativité et l'esprit de découverte ;
- Les TIC permettent l'accès à des nouvelles compétences qui sont plus que jamais indispensables aux exigences de la vie moderne, chacun peut se familiariser avec les TIC comme l'ordinateur, les systèmes multimédias et l'internet ;
- Une réduction des coûts :
  - Les frais de transports ;
  - Le temps d'apprentissage personnel est réduit.
- La qualité et la quantité de connaissances, d'information et de savoir-faire progressent d'une manière très rapide ;
- Les TIC apparaissent comme un enjeu de communication. Depuis son usage, les communications se passent facilement, le transfert manuel des données (*rapport, compte rendu*) n'a plus de place sauf pour les documents à signer ;
- Les rapports à transférer à la hiérarchie ne sont pas expédiés par la voie routière ou fluviale car celles-ci tarderaient grâce à l'internet les rapports arrivent à destination sans peine ;
- 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 ;
- Avec les TIC le comptable télécharge 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 :
  - Les TIC permettent une meilleure coordination entre les différents services ;
  - Grâce aux TIC, 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 ;
  - Grâce aux TIC, les décisions et les orientations stratégiques de la direction sont systématiquement communiquées sous format électronique (*e-mail, intranet*), l'intranet

### **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

---

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*) ;

- L'impact des TIC est alors important sur l'organisation interne, puisqu'elles appellent plus d'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*) ;
  - Les TIC favorisent l'apparition de nouvelles formes de travail (*travail à domicile, nomade ou coopératif,...*) qui obligent le manager à adapter son mode d'animation qui n'est pas encore utilisé ;
  - Les TIC 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 ;
  - Dans 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 ;
  - La conférence à distance entre les équipes est une méthode qui minimise le temps de travail. Avec ça chacun devant sa machine et participe à la conférence sans perdre le temps nécessaire de travail ainsi que d'autres frais qui favoriseraient sa présence à la conférence.
- 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 ;
  - Réduction des frais généraux ;
  - Une meilleure réactivité aux besoins de la clientèle grâce aux avantages conjugués des TIC;
  - 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 ;
  - La création de fichiers clients centralisés, rendus possibles grâce à des systèmes de dossiers informatisés et accessibles sur appel téléphonique gratuit. Ces fichiers peuvent permettre aux unités opérationnelles de services présentes sur des sites multiples de

### **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

---

maintenir des niveaux de service élevés pour fournir de l'information, prendre des réservations et gérer les problèmes et réclamations ;

- L'enregistrement de l'information client dans la compagnie d'assurance de données est facilement accessible. Ainsi, cette stratégie offre plusieurs avantages majeurs ;
- La croissance du comportement habituel des clients peut suggérer de nouvelles façons de les regrouper dans des segments de marché, aider à améliorer les décisions concernant la fixation des prix et mieux cibler les efforts de vente et de publicité ;
- 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 ;<sup>1</sup>
- Les TIC sont perçues comme étant la troisième révolution industrielle, les technologies de l'information et de la communication constituent une technologie à usage général et contribue donc à la productivité nationale.

---

<sup>1</sup>Entretien avec les responsables de la SAA, le 17/01/2021.

### **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)**

#### **Section 3 : L'analyse des résultats de la société algérienne des assurances (SAA)**

##### **1. Enquête par questionnaire sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans la société Algérienne d'assurances (SAA) de Tizi-Ouzou**

###### **▪ La présentation de la méthodologie de recherché**

L'objet de cette étude, menée auprès de la société Algérienne des Assurances, est de mettre en lumière les utilisations des technologies de l'information et de la communication(TIC) et leurs impacts dans les organisations algériennes.

Nous exposerons dans cette section, un questionnaire administré à un échantillon composé d'une quarantaine de cadre et de personnel au niveau de la compagnie d'assurance (SAA) de Tizi-Ouzou. Le questionnaire utilisé dans cette étude se composés de 16 questions qui renvois sur les TIC et son importance dans la compagnie d'assurance. (Voir annexe 01)

Notre étude par questionnaire (guide d'entretien) a pour objectif de comprendre le degré d'utilisation des TIC dans la SAA.

##### **2. Interprétation et analyse des résultats**

###### **▪ Question 1 : Utilisez-vous un ordinateur dans votre travail ?**

**Tableau N°2 :L'utilisation d'un ordinateur dans votre travail**

| <b>Fonction</b> | <b>N°cumulé</b> | <b>Pourcentage %</b> |
|-----------------|-----------------|----------------------|
| <b>Oui</b>      | <b>40</b>       | <b>100</b>           |
| <b>Non</b>      | <b>00</b>       | <b>00</b>            |
| <b>Total</b>    | <b>40</b>       | <b>100</b>           |

Les employés de la société Algérienne des assurances utilise 100%l'ordinateur dans leurs travaux.

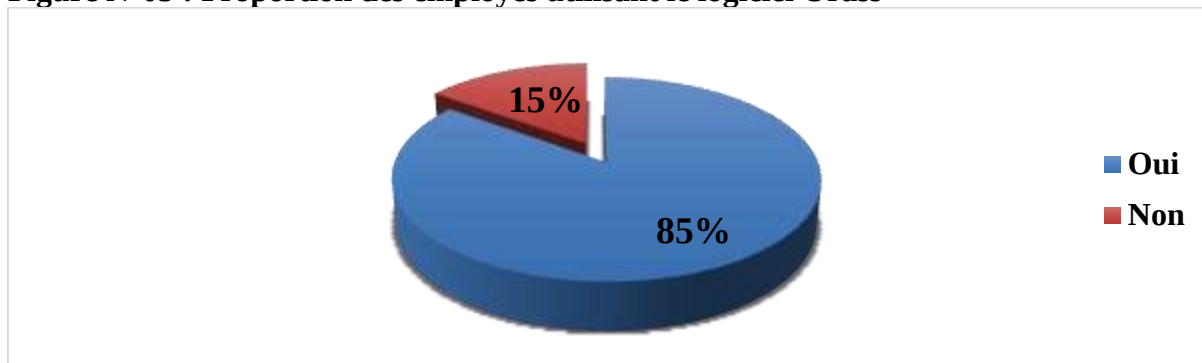
###### **▪ Question 2 : Votre société utilise-t-elle le logiciel Orass ?**

**Tableau N°3 :Proportion des employés utilisant le logiciel Orass**

| <b>Fonction</b> | <b>N°cumulé</b> | <b>Pourcentage %</b> |
|-----------------|-----------------|----------------------|
| <b>Oui</b>      | <b>34</b>       | <b>85</b>            |
| <b>Non</b>      | <b>6</b>        | <b>15</b>            |
| <b>Total</b>    | <b>40</b>       | <b>100</b>           |

### Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)

**Figure N°05 : Proportion des employés utilisant le logiciel Orass**



Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

La majorité des employés de la société d'assurance utilise des logiciels dans leur travail.

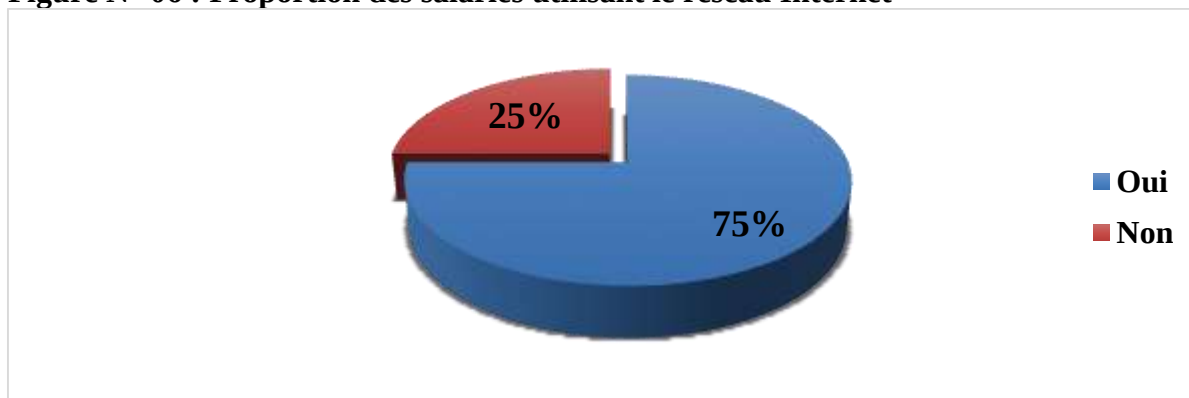
#### ▪ Question 3 : Utilisez-vous l'internet dans le cadre de votre travail ?

**Tableau N°4 : Proportion des salariés utilisant le réseau Internet**

| Fonction | N°cumulé | Pourcentage % |
|----------|----------|---------------|
| Oui      | 30       | 75            |
| Non      | 10       | 25            |
| Total    | 40       | 100           |

Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

**Figure N° 06 : Proportion des salariés utilisant le réseau Internet**



Source: notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

75 % du personnel sondé, utilisent l'internet dans leur travaux, 25 % n'utilisent pas l'internet.

### Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)

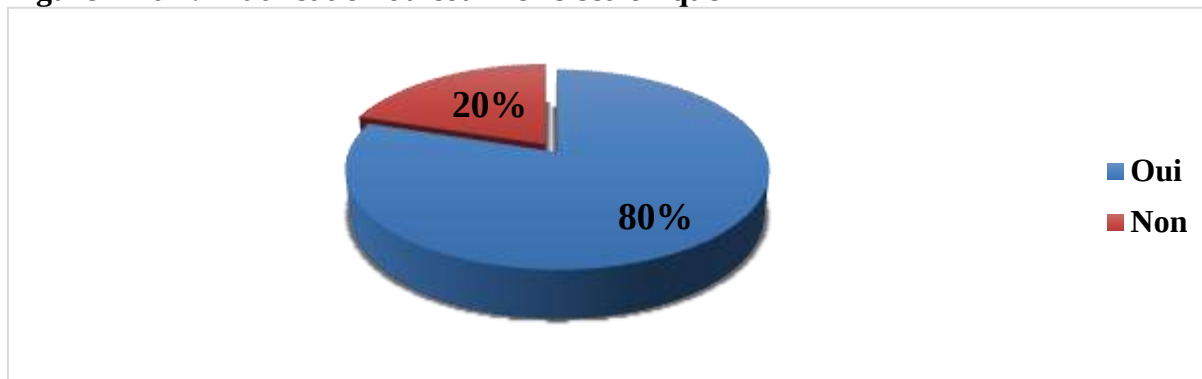
#### ▪ Question 4 : utilisez-vous le courrier électronique ?

Tableau N°5:Utilisation du courrier électronique

| Fonction | N°cumulé | Pourcentage % |
|----------|----------|---------------|
| Oui      | 32       | 80            |
| Non      | 8        | 20            |
| Total    | 40       | 100           |

Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

Figure N° 07 : L'utilisation du courrier électronique



Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

On remarque que la majorité des personnes 80% utilisent le courrier électronique.

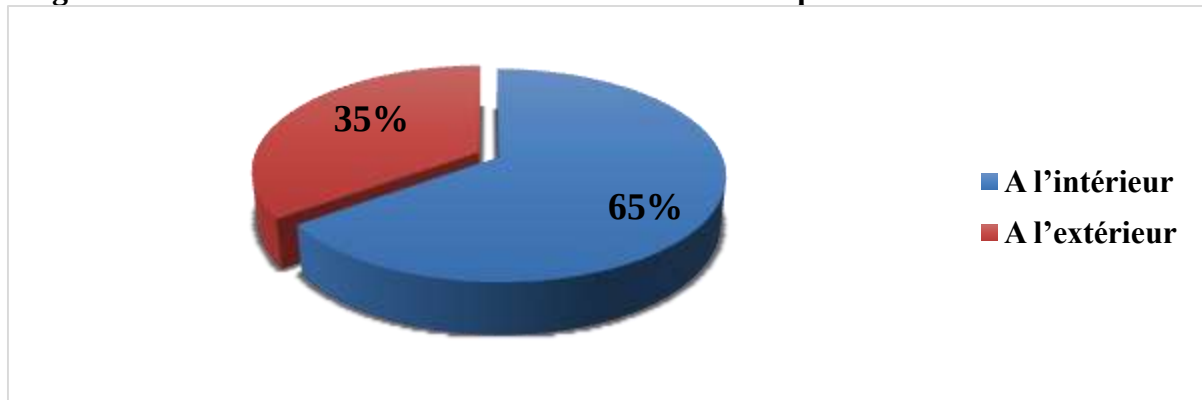
#### ▪ Question 5 : Utilisez-vous le courrier électronique à l'intérieur ou à l'extérieur de la société ?

Tableau N°6 : L'utilisation du courrier électronique à l'intérieur ou à l'extérieur de la société ?

| Fonction      | N°cumulé | Pourcentage % |
|---------------|----------|---------------|
| A l'intérieur | 26       | 65            |
| A l'extérieur | 14       | 35            |
| Totale        | 40       | 100           |

Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

Figure N°08:Le niveau d'utilisation le courrier électronique



Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

### Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)

On remarque que 65% des utilisateurs du courrier électronique utilisent à l'intérieur de la société, c'est-à-dire la majorité et 35% des utilisateurs du courrier électronique utilisent à l'extérieur de la société.

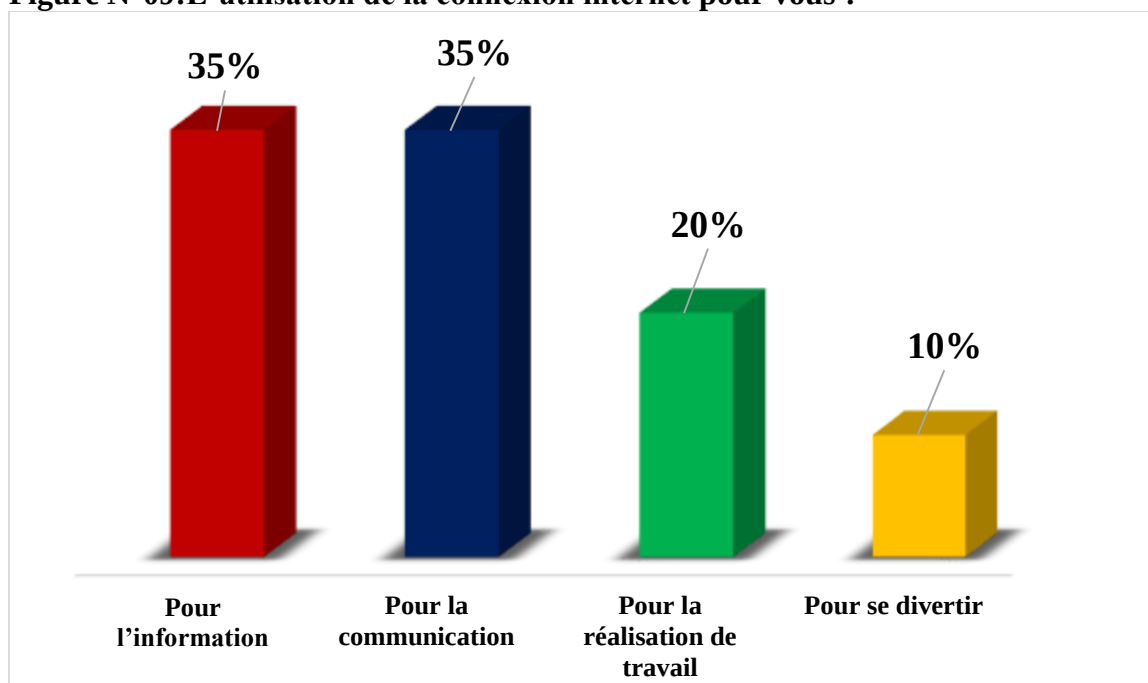
#### ▪ Question 6 : L'utilisation de la connexion internet pour vous ?

Tableau N°7 :L'utilisation de la connexion internet pour vous ?

| Fonction                       | N°cumulé | Pourcentage % |
|--------------------------------|----------|---------------|
| Pour l'information             | 14       | 35            |
| Pour la communication          | 14       | 35            |
| Pour la réalisation de travail | 8        | 20            |
| Pour se divertir               | 4        | 10            |

Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

Figure N°09:L'utilisation de la connexion internet pour vous ?



Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

Dans ce cas, on remarque que l'utilisation par les employé au sein de la compagnie en général pour l'information 35%, et se le même pour la communication 35%, pour réaliser un travail 20%, et les 10% pour se divertir.

### Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)

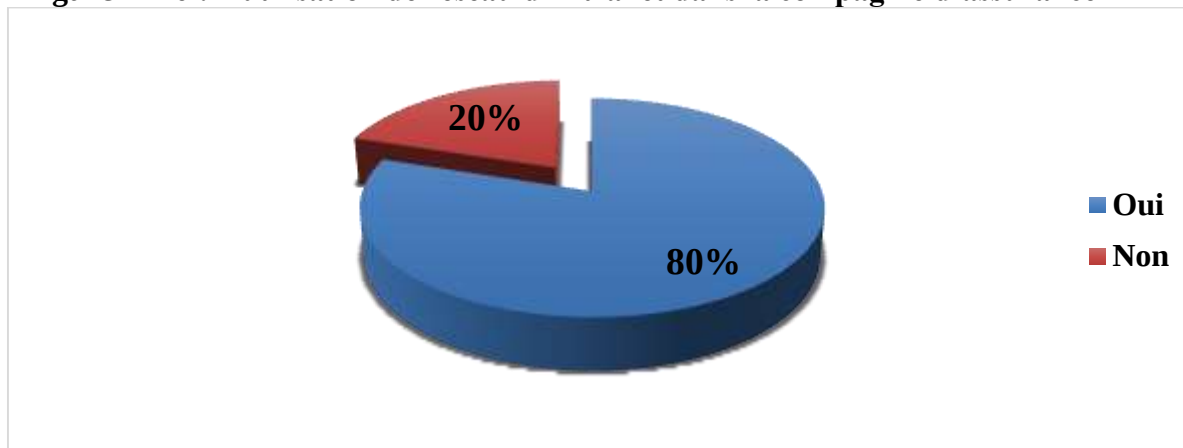
- **Question 7 : La société Algérienne des assurances dispose-t-elle d'un réseau d'intranet ?**

**Tableau N°8 : Disposition du réseau internet**

| La disposition d'un réseau | Oui | Non |
|----------------------------|-----|-----|
|                            | 80% | 20% |

Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

**Figure N°10 :L'utilisation de réseau d'Intranet dans la compagnie d'assurance**



Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

80% des employés utilisent le réseau intranet et 20% n'utilisent pas l'intranet.

- **Question 8 : La compagnie d'assurance dispose-t-elle d'un réseau d'extranet ?**

**Tableau N°09 :La disposition d'un réseau extranet**

| La disposition d'un réseau | Oui | Non  |
|----------------------------|-----|------|
|                            | 00% | 100% |

La société d'assurance ne dispose pas d'un réseau d'extranet.

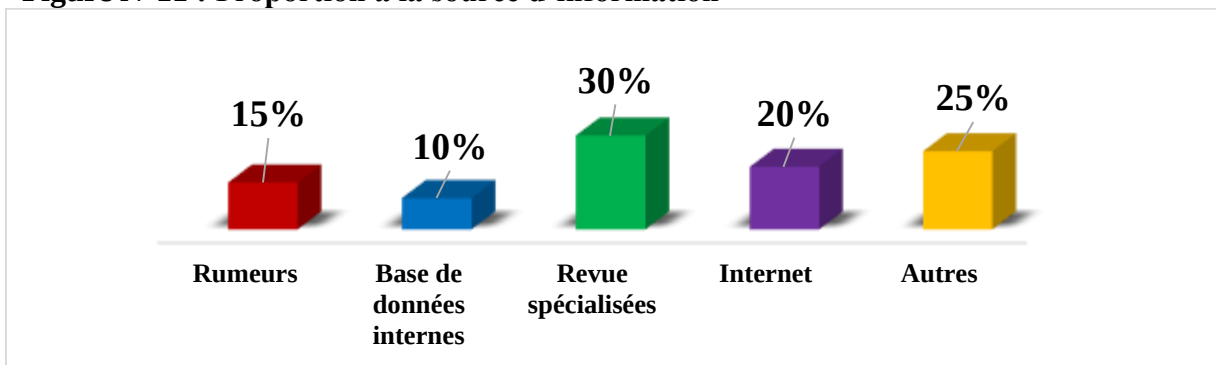
- **Question 9 : Quelle sont vos sources d'information relatives à vos concurrents ?**

| Sources d'information    | N°cumulé | Pourcentage % |
|--------------------------|----------|---------------|
| Rumeurs                  | 6        | 15            |
| Base de données internes | 4        | 10            |
| Revue spécialisées       | 12       | 30            |
| Internet                 | 8        | 20            |
| Autres                   | 10       | 25            |

Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

### Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)

**Figure N°11 : Proportion à la source d'information**



Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

30% des salariés dépendent sur les revues spécialisées, et 25% dépendent sur d'autres moyens, on ne néglige pas la source d'internet de 20%, donc l'internet est une source d'information plus ou moins importante mais pas essentielle dans la société. Et pour d'autres sources comme les rumeurs de 15% et 10% pour les bases de données internes.

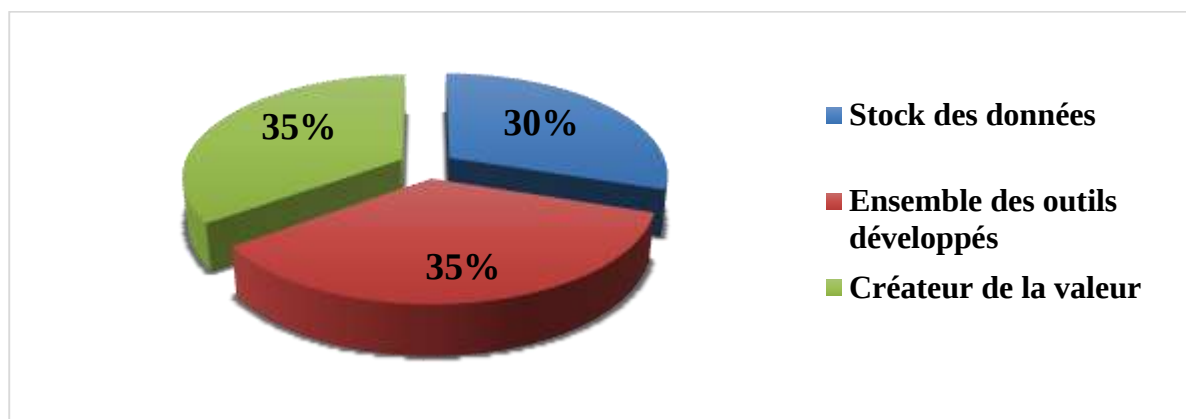
- **Question 10 : Que représente le terme de la technologie de l'information et de la communication pour vous ?**

**Tableau N°10 : Représentation du terme de la technologie et de l'information de la communication pour vous**

|                                | N°cumulé | Pourcentage % |
|--------------------------------|----------|---------------|
| Stock des données              | 12       | 30            |
| Ensemble des outils développés | 14       | 35            |
| Créateur de la valeur          | 14       | 35            |
| Totale                         | 40       | 100           |

Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

**Figure N°12 : Représentation du terme de la technologie et de l'information de la communication pour vous**



Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

### Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)

Pour l'échantillon de cadres ayant répondu à ce questionnaire, le terme de la technologie de l'information et de la communication est un ensemble des outils développées, comme un créateur de la valeur (35%), 30% il est un stock des données.

- **Question 11 : Selon vous les TIC peuvent-elles améliorer la gestion de l'information au sein de la société ?**

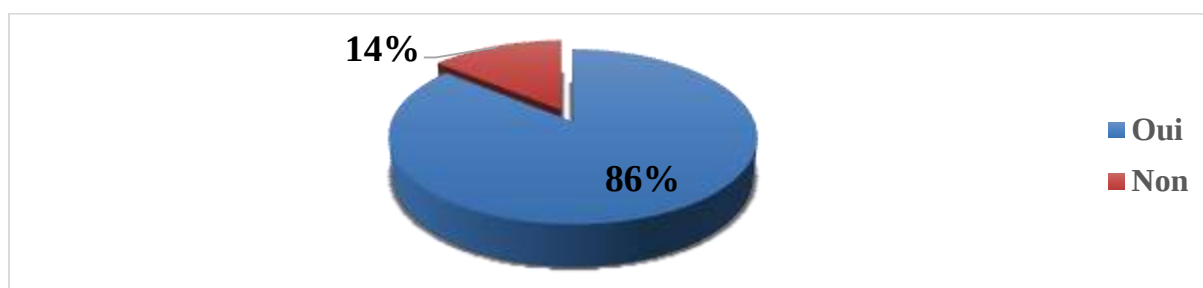
100% affirment que les technologies de l'information et de la communication améliorent la gestion de l'information au sien de la société

- **Question 12 : Pensez-vous que la mise en place d'un système d'information commerciale a un impact positif sur l'amélioration des résultats ?**

**Tableau N°11 : La mise en place d'un système d'information commerciale a un impact positif sur l'amélioration des résultats ?**

|                                                                             | Oui  | Non |
|-----------------------------------------------------------------------------|------|-----|
| La mise en place d'un Systèmed'information Commercialeaméliore lesrésultats | 86 % | 14% |

**Figure N°13 :La mise en place d'un système d'information commerciale a un impact positif sur l'amélioration des résultats ?**



Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

86% des personnes questionnés, pensent que la mise en place d'un système d'information améliore les résultats, 14% pensent le contraire.

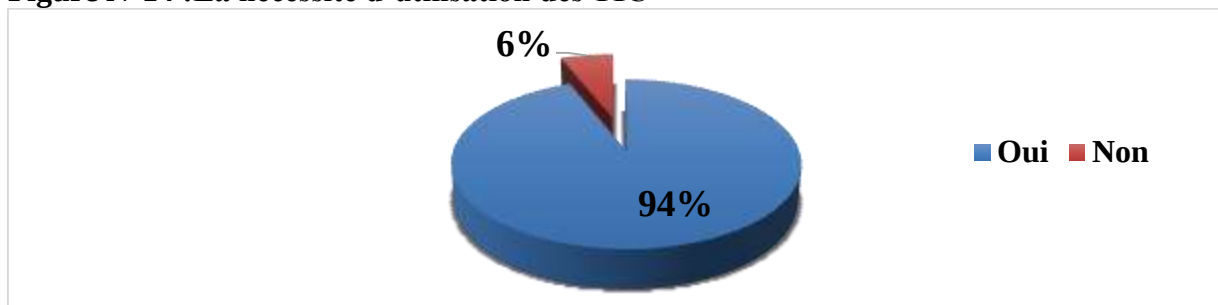
- **Question 13 : Pensez-vous que l'utilisation des TIC par votre compagnie est nécessaire ?**

**Tableau N°12 : La nécessité d'utilisation des TIC**

| L'utilisation des TIC estnécessaire dans la société | Oui | Non |
|-----------------------------------------------------|-----|-----|
|                                                     | 94% | 6%  |

### Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)

**Figure N°14 :La nécessité d'utilisation des TIC**



Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

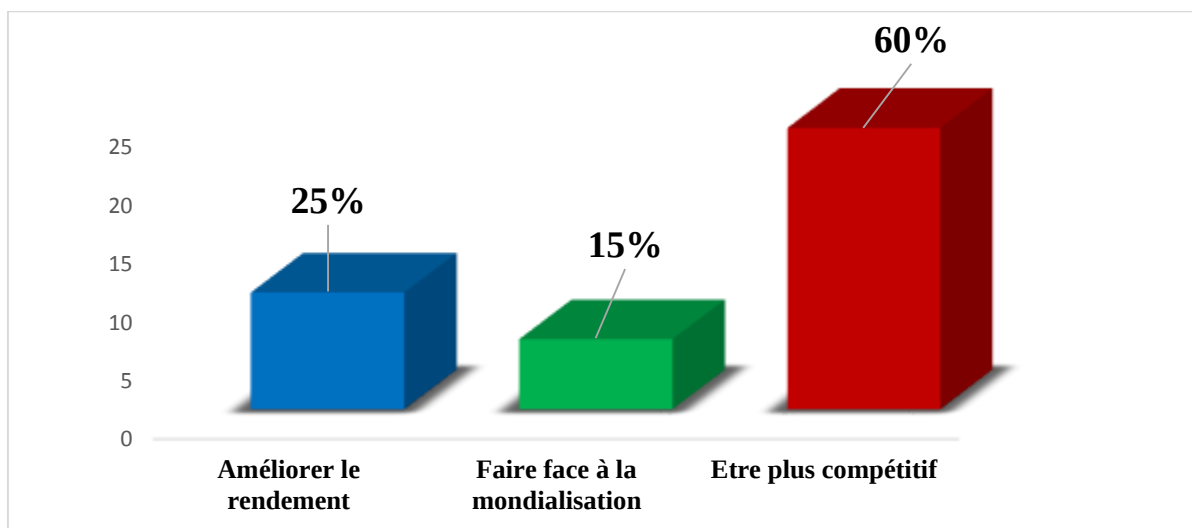
La majorité du personnel (94%) affirment que l'utilisation des TIC est nécessaire dans la société.

▪ **Question 14 : Si la réponse oui, pourquoi ?**

**Tableau N°13 : Proportion des employés que l'utilisation des TIC est nécessaire pour la société**

|                                | N°cumulé | Pourcentage % |
|--------------------------------|----------|---------------|
| Améliorer le rendement         | 10       | 25            |
| Faire face à la mondialisation | 6        | 15            |
| Etre plus compétitif           | 24       | 60            |
| Total                          | 40       | 100           |

**Figure N°15 :Proportion des employés que l'utilisation des TIC est nécessaire pour la société**



Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

60% pensent que la nécessité de l'utilisation des TIC rend la compagnie plus compétitive, 25% pour améliorer le rendement et 15% pour faire face à la mondialisation.

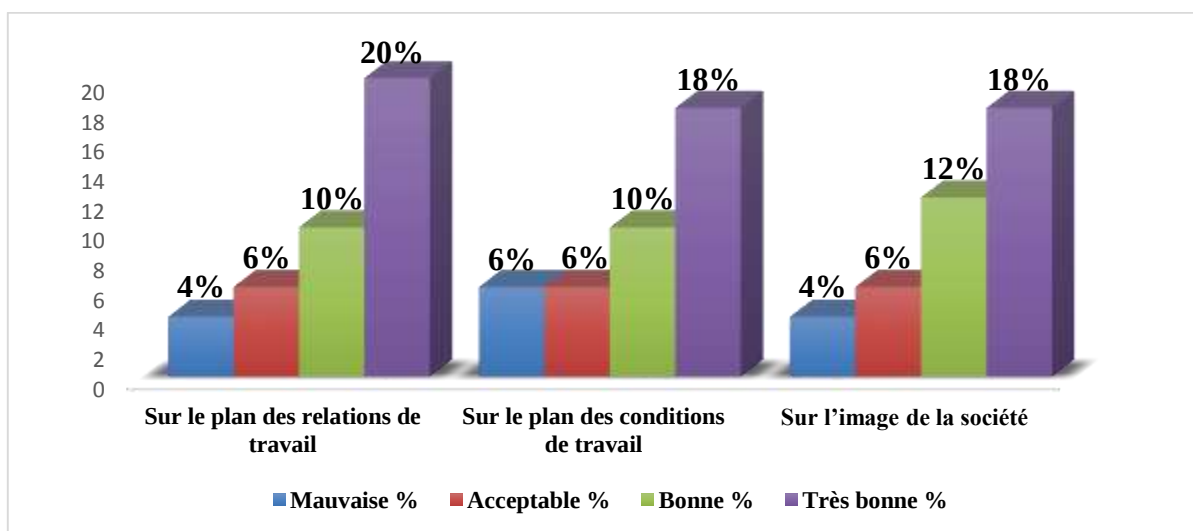
### Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)

- Question 15 : que pensez-vous sur l'effet des TIC sur les relations sociales au sien de la société ?

Tableau N°14 :L'impact d'utilisation des TIC

| L'impact d'utilisation des TIC        | Mauvaise % | Acceptable % | Bonne % | Très bonne % |
|---------------------------------------|------------|--------------|---------|--------------|
| Sur le plan des relations de travail  | 4          | 6            | 10      | 20           |
| Sur le plan des conditions de travail | 6          | 6            | 10      | 18           |
| Sur l'image de la société             | 4          | 6            | 12      | 18           |

Figure N°16 : proportion de l'effet d'utilisation des TIC sur la relation social au sien de la société



Source : notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

La situation de la société est :

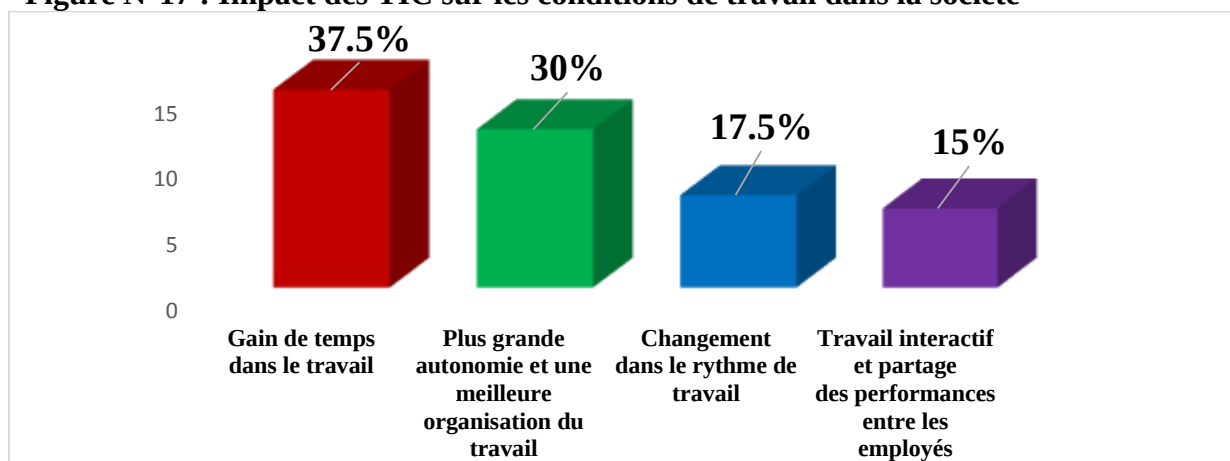
- Sur le plan des relations de travail : 20% des personnes sondé, pensent que les relations de travail sont très bonnes, 10% pensent qu'elle est bonne, 6% acceptable et 4% pensent qu'elles sont mauvaises ;
- Sur l'image de la société : 18% pensent que l'image de la société est très bonne, 12% pensent qu'elle est bonne, 6% pensent qu'elle est acceptable et 4% pensent qu'elle est mauvaise.

### Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (SAA)

**Question 16 : L'introduction des TIC modifie-t-elle les conditions de travail en terme de:**

| Fonction                                                                 | N°cumulé | Pourcentage % |
|--------------------------------------------------------------------------|----------|---------------|
| <b>Gain de temps dans le travail</b>                                     | 15       | 37.5          |
| <b>Plus grande autonomie et une meilleure organisation du travail</b>    | 12       | 30            |
| <b>Changement dans le rythme de travail</b>                              | 7        | 17.5          |
| <b>Travail interactif et partage des performances entre les employés</b> | 6        | 15            |

**Figure N°17 : Impact des TIC sur les conditions de travail dans la société**



**Source :** notre enquête sur l'utilisation des TIC au sein de la SAA, le 17/01/2021.

Les TIC sont perçus par la majorité des employés, comme des outils permettant d'être plus efficace et plus performants, en générant des gains de temps dans le travail, cela est cité dans 37.5 %. Les TIC permettent au personnel une plus grande autonomie et une meilleure organisation du travail cela est 30 %, c'est-à-dire un meilleur confort et efficacité. Plus précisément, le personnel peut accéder à des informations rapidement et communiquer ses propres informations de manière aussi rapide.

Les TIC ont un impact sur les rythmes de travail (17.5), cela améliore la productivité, les salaires sont plus sollicités rapidement, le contact avec les clients. Les TIC permettent le travail interactif et le partage des performances entre les employés, dans seulement 15%.

Les outils et applications des TIC permettent de limiter les déplacements des salariés, de communiquer les informations plus rapidement et améliorent les performances des activités.

### **Chapitre III: l'utilisation des TIC dans le secteur des assurances: Cas de la Société Algérienne des Assurances (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 vrais 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.

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 compagnies 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.

A ce stade de la réflexion et au regard des conclusions précédemment établies, cette conclusion générale portera la sur description des éléments déterminants de la recherche, par ailleurs il s'agira aussi d'élargir le champ de l'étude vers les nouvelles gestions.

Lors de cette recherche, nous avons choisi d'aborder la question de degré d'application des technologies de l'information et de la communication au sein de la société algérienne des assurances et leurs impacts.

Notre recherche présente un intérêt sur le plan théorique et le plan empirique. Du point du vue théorique : Comme nous l'avons exposé, les compagnies d'assurances vivent à l'heure actuelle des mouvements profonds de réorganisation, modernisation et d'adaptation sous l'influence de facteurs multiples parmi ces facteurs, on relève l'importance des TIC dans le secteur d'assurance.

Ainsi, les technologies de l'information et de la communication modernisent et modifient notre façon de travailler, d'apprendre, de communiquer et de vivre en générale, la croissance économique est désormais très liée à ces technologies, elles sont la source de création d'emplois qualifiés, elles participent à l'ouverture des économies, elles ont un outil essentiel pour réduire la durée de développement des nouveaux produits et services, pour moderniser et améliorer la productivité et accroître leurs exportations elles permettent aux assurances de mieux connaître leurs clients, d'améliorer leurs relations avec ces derniers et donc de mieux vendre le commerce électronique crée de nouveaux marchés et élargir le choix des consommateurs, les TIC permettent d'avantage de flexibilité, d'autonomie et autorisent une gestion différente des savoirs dans l'entreprises, laissent ainsi plus d'initiatives et de responsabilités aux acteurs, en préservant la flexibilité professionnelle, on insiste aussi sur le travail en équipe qui permet de développer et capitaliser les compétences qui deviennent un facteur déterminant dans la réussite des compagnies d'assurances.

Au fur et à mesure que les entreprises commencent à moderniser et modifier leurs façon de travailler et que les changements rendus possibles par les TIC, la réorganisation des assurances au niveau de la structure, de l'apprentissage, des compétences, et de la manière de travailler (*fonction, condition de travail,...*)

On sait bien que ces TIC, principalement les outils collaboratifs, vont moderniser et transformer le travail et le contenu des métiers et des missions afférentes.

On sait également que ces outils auront des conséquences durables sur les modes d'apprentissage, les mécanismes d'acquisition des savoirs et sur les compétences que l'on souhaite voir apporter par les salariés.

Un autre point à souligner, c'est que nous avons enrichi notre recherche par la présentation de l'apport des TIC sur le secteur des assurances, plusieurs études et recherches, voire mêmes enquêtes, montrent que les résultats de la modernisation du fonctionnement des compagnies d'assurances par l'implantation des TIC ne sont pas ceux escomptés initialement, du plus ses effets sont parfois sources de conflictualité cela représente le côté négatif des TIC, mais le côté positif c'est qu'elles jouent un rôle structurant dans le fonctionnement des assurances, les rapports des TIC pour la performance globale de leur secteur, sur la gestion de leur clientèle et sur la productivité globale des facteurs.

Du point de vue empirique, nous avons mené un type de collecte des données qui a apporté sur un questionnaire adressé au personnel de la société algérienne des assurances de Tizi-Ouzou, ce volet nous a permis d'apporter des éléments de réponses à nos interrogations qui sont en lien avec notre objectif de recherche et notre hypothèse.

Les résultats de notre recherche confirment que l'utilisation des ordinateurs est généralisée à l'ensemble des employés de la SAA, 75% du personnel utilisent l'internet, la société d'assurance ne dispose pas d'un réseau extranet et 80% des employés utilisent le réseau intranet et la majorité des employés de la société d'assurance utilise des logiciels dans leur travail, pour la communication l'email est le moyen de communication le plus utilisé dans les échanges intra et inter-entreprise de la SAA.

Notre analyse confirme que le degré d'appropriation et d'utilisation des TIC par la société algérienne des assurances s'avère encore limité et insuffisant, comment expliquer une telle frilosité alors que l'efficacité des TIC dans l'amélioration des performances de la société n'est plus à démontrer ? à vrai dire la société de notre étude fait face à un certain nombre d'entraves qui limitent ou empêchent la diffusion des TIC, parmi lesquels on peut retenir notamment : activités de la société algérienne des assurances peu adaptées à l'usage des TIC, manque de personnel qualifié et/ou des compétences techniques pour élaborer et utiliser les TIC, intérêt insuffisant des clients et/ou des collaborateurs pour les TIC, incertitude relative au cadre juridique et réglementaire dans le domaine des TIC.

L'Algérie est donc dans l'obligation de créer un nouveau cadre juridique et réglementaire pour être en phase avec le rythme de développement actuel de l'économie mondiale et pour attirer les investisseurs dans le domaine des TIC.

Pour conclure cette recherche, nous pouvons dire que l'outil technologique ce n'est qu'un moyen facilitateur qui permet de réaliser un certain nombre de bénéfices mais il ya d'autres facteurs qui sont essentiels pour le succès de n'importe quelle nouvelle technologie, qui sont : la compétence des travailleurs, leur motivation, leur implication et la dynamique organisationnelle de l'entreprise.

Les sciences de gestion se définissent comme des sciences de l'action dans cette perspective, nous souhaitons contribuer quelque peu par notre travail à une meilleure connaissance des transformations et de modernisation du fonctionnement des compagnies d'assurance par les technologies de l'information et de la communication (TIC).

## Bibliographie

### Ouvrages

- Couibault, F, Eliashberg, C (2011), « *Les grands principes de l'assurance* », l'argus, Paris
- Jérôme Yeatman « *Manuel international de l'assurance* », Economica.
- Lambert Faivre. Y « *Droit des assurances* », Précis Dalloz, 1986.
- Mohamed Daddi Hammou, « *analyse du comportement du consommateur dans le marché Algérien des assurances* », ENSSE-ingénieur d'Etat en statistique appliqué.
- QUELENNEC C., « *ERP, levier de transformation de l'entreprise* », édition Lavoisier, Paris, 2007.
- TOSETTI.A, BEHAR.T (2002) « *Assurance : Comptabilité, Réglementation* », Acturiat, Economica, Paris.
- François Jakobiak « *l'intelligence économique en pratique avec l'apport d'internet et des NTIC* » deuxième édition d'organisation 2001.
- Geneviève FERAUD, « *l'art de management de l'information* ».village Mondial. Paris 2000.
- Michel GERMAIN « *l'intranet* », Edition Economica, Paris 1998.
- SAADOUN M. « *Avec le temps* », Edition d'organisation, Paris.

### Mémoire et thèses

- MEZDAD, Loundja. « *Essai d'analyse du secteur des assurances et de sa contribution dans l'intermédiation financière nationale* », thèse de magistère : monnaie finance et globalisation. Université de Bejaia, 2006.
- Mohamed Lezoul, « *la situation actuelle du secteur des assurances en Algérie, quelle sont les alternatives ?* », Mémoire de Magister, MA-Université ORAN-ALGERIE, avril 2011.
- Mokrane Ali, « *diffusion et impacts des technologies de l'information et de la communication au sein des entreprises : éléments d'analyse empirique du cas de l'industrie manufacturière Algérienne* », thèse du doctorat en science économique, 2015.
- OUBAAZIZ SAID, « *les réformes institutionnelles dans le secteur des assurances, cas de l'industrie assurancière Algérienne* », thèse de Magister « Management des entreprises », Université MMTO, 2012.
- Rahmouni Massilva, Belhired Naima, « *le réseau de la bancassurance au sein d'une société d'assurance et de la banque. Cas de la SAA de Tizi-Ouzou* », institut national spécialisé de formation professionnelle Imerzoukene Arezki Tizi Ouzou (INSFP), 2014.

- SAIM Massinissa « *les NTIC comme dispositif de communication marketing* », mémoire fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme en master science commercial, université UMMTO, 2015.

#### Articles, Documents et Revues

- Collection de l'école nationale d'assurance.
- Compagnie centrale de réassurance, Bulletin de CCR, N°9, 2012.
- Revue de la Compagnie Centrale de la Réassurance (CCR), n°09, 1er semestre 2012.
- Le guide des Assurances en Algérie 2009. Edité par KPMG SPA Janvier 2009.
- Revue de l'assurance : N°8 / 1er Semestre 2015.- Revue éditée par le Conseil National des Assurances.
- La revue de l'assurance N°6 août 2014 « *l'assurance a l'heure des TIC* »
- Revue d'assurance N°14, « *bancassurance 10 ans après* »CNA bulletin des assurances n37,4<sup>ème</sup> trimestre 2016 p 8. Disponible sur en PDF
- BOUALAM M.,[http://www.ummto.dz/IMG/pdf/TIC\\_Chapitre\\_1\\_.pdf](http://www.ummto.dz/IMG/pdf/TIC_Chapitre_1_.pdf)
- La revue Centre de Recherche pour les budgets familiaux, « *Bien utiliser les assurances* », les éditions de l'épargne.
- Atlas Magazine, « *la technologie au service de l'assurance* », juin 2018.
- Le bulletin de la CCR, février 2018.

#### Webographie

- <https://www.cgi.com/fr/blog/digital-transformation/stimuler-linnovation-du-secteur-de-lassurance-aux-etats-unis>
- [lassurance-revolution-prevoir/](#)
- [www.atlasmag.net](http://www.atlasmag.net)
- [www.ccr.dz](http://www.ccr.dz)
- [www.cna.dz](http://www.cna.dz)
- [www.definitions-marketing.com/definition/m-commerce](http://www.definitions-marketing.com/definition/m-commerce)
- [www.saa.dz](http://www.saa.dz)

#### Encyclopédie

- Dictionnaire Larousse
- Dictionnaire du droit privé de Serge Braudo 1996-2007 ,[www.dictionnaire-juridique.com](http://www.dictionnaire-juridique.com).

## Liste des tableaux et schémas

| Liste des tableaux |                                                                                                              |       |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Tableau N°         | Intitulé                                                                                                     | Pages |
| 01                 | La part du secteur des assurances publiques/privés au 31/12/2019                                             | 41    |
| 02                 | L'utilisation d'un ordinateur dans la SAA                                                                    | 65    |
| 03                 | Proportion des employés utilisant le logiciel Orass                                                          | 65    |
| 04                 | Proportions des salariés utilisant le réseau internet                                                        | 66    |
| 05                 | L'utilisation du courrier électronique                                                                       | 67    |
| 06                 | L'utilisation du courrier électronique à l'intérieur ou à l'extérieur de la société                          | 67    |
| 07                 | L'utilisation de la connexion internet                                                                       | 68    |
| 08                 | Disposition du réseau internet                                                                               | 69    |
| 09                 | La disposition d'un réseau extranet                                                                          | 69    |
| 10                 | source d'informations                                                                                        | 70    |
| 11                 | Représentation du terme des TIC                                                                              | 71    |
| 12                 | La mise en place d'un système d'information commerciale à un impact positif sur l'amélioration des résultats | 71    |
| 13                 | La nécessité d'utilisation des TIC                                                                           | 72    |
| 14                 | Proportion des employés que l'utilisation des TIC est nécessaire pour la société                             | 73    |
| 15                 | L'impact d'utilisation des TIC                                                                               | 74    |
| Liste des schémas  |                                                                                                              |       |
| Schéma N°          | Intitulé                                                                                                     | Pages |
| 01                 | Organigramme de la direction générale de la SAA                                                              | 54    |

## Liste de figures

| Figure N° | Intitulé                                                                                                     | Pages |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 01        | Les différentes caractéristiques des TIC                                                                     | 07    |
| 02        | L'intranet et l'entreprise                                                                                   | 09    |
| 03        | Représentation de l'inversion de cycle de production                                                         | 17    |
| 04        | La distribution multicanal                                                                                   | 27    |
| 05        | Proportion des employés utilisant le logiciel Orass                                                          | 66    |
| 06        | Proportions des salariés utilisant le réseau internet                                                        | 66    |
| 07        | L'utilisation du courrier électronique                                                                       | 67    |
| 08        | le niveau d'utilisation de courrier électronique                                                             | 67    |
| 09        | L'utilisation de la connexion internet                                                                       | 68    |
| 10        | L'utilisation de réseau d'intranet dans la compagnie d'assurance                                             | 69    |
| 11        | Proportions a la source d'information                                                                        | 70    |
| 12        | Représentation du terme TIC                                                                                  | 70    |
| 13        | La mise en place d'un système d'information commerciale à un impact positif sur l'amélioration des résultats | 71    |
| 14        | La nécessité d'utilisation des TIC                                                                           | 72    |
| 15        | Proportions des employés que l'utilisation des TIC est nécessaire pour la société                            | 73    |
| 16        | Proportions de l'effet d'utilisation des TIC sur la relation social au sein de la société                    | 73    |
| 17        | L'impact des TIC sur les conditions de travail dans la société                                               | 74    |

## **Annexe 01**

**Thème :** LA MODERNISATION DU FONCTIONNEMENT DES COMPAGNIES D'ASURANCES

**CAS :** SAA DE TIZI-OUZOU

### **QUESTIONNAIRE**

Ce questionnaire que nous prions de bien vouloir remplir, est destiné à analyser l'effet de l'adoption des technologies de l'information et de communication (TIC) au sein d'une compagnie d'assurance.

#### **Votre établissement**

I-Présentation général de la société :

1. Nom de la société
2. La date de création
3. Statut privé : ☐ public : ☐
4. La forme juridique de la société
5. Le capital social de la société
6. La structure du capital : publique :      privé :      autre :
7. Le secteur d'activité de la société.

II- L'appropriation des TIC par la société :

1. Votre société utilise-t-elle des ordinateurs ? oui    non
2. Votre société utilise-t-elle le logiciel Orass ? oui    non
3. Utilisez-vous l'internet dans le cadre de votre travail ? oui    non
4. Utilisez-vous le courrier électronique ? oui    non
5. Utilisez-vous à l'intérieur ou l'extérieur de la société ? Intérieur    Extérieur
6. A quelle fin l'internet est utilisé pour vous ?

Pour l'information

Pour la communication

Pour la réalisation de travail

Pour se divertir

7. La société Algérienne des assurances dispose-t-elle d'un réseau d'intranet ? oui    non

La compagnie d'assurance dispose-t-elle d'un réseau d'extranet ? oui    non

9. Quelles sont vos sources d'information relatives à vos concurrents ?

Rumeurs

Bases de données internes

Revue spécialisée

Internet

Autre

10. Qu'évoque pour vous le terme de la technologie de l'information et de la communication ?

Stock des données

Ensemble des outils développés

Créateur de la valeur

11. Selon vous les TIC peuvent-elles améliorer la gestion de l'information au sein de la société ? oui    non

12. Pensez-vous que la mise en place d'un système d'information commerciale a eu un impact positif sur l'amélioration des résultats ? oui    non

13. Pensez-vous que l'utilisation des TIC par votre société est nécessaire ? oui    non

14. Si la réponse oui, pourquoi ?

15. Que pensez-vous de l'effet des NTIC sur la relation sociale au sein de la SAA ?

- Sur le plan des relations de travail
- Sur le plan des conditions de travail
- Sur l'image de la société

16. L'introduction des TIC modifie-t-elle les conditions de travail en terme de :

Gain de temps dans le travail

Plus grande autonomie et une meilleure organisation du travail

Changement dans le rythme de travail

Travail interactif et partage des performances entre les employés

## Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Sommaire

Introduction Général

### Chapitre 01 : Les TIC et leurs apports sur le secteur des assurances

|                                                                                  |           |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Introduction</b> .....                                                        | <b>1</b>  |
| <b>Section 01: Présentation et définition des TIC</b> .....                      | <b>4</b>  |
| 1. Définition et caractéristiques des TIC .....                                  | 4         |
| 1.1. Définition des TIC .....                                                    | 4         |
| 1.1.1. L'information .....                                                       | 4         |
| 1.1.2. La communication .....                                                    | 5         |
| 1.1.3. La technologie .....                                                      | 5         |
| 1.2. Caractéristiques des TIC .....                                              | 6         |
| 1.2.1 L'efficacité .....                                                         | 6         |
| 1.2.2 La mobilité .....                                                          | 6         |
| 2. Les nouveaux concepts et outils des TIC .....                                 | 7         |
| 2.1. La télécommunication mobile .....                                           | 7         |
| 2.2. Internet .....                                                              | 8         |
| 2.3. L'intranet .....                                                            | 9         |
| 2.4. L'extranet .....                                                            | 10        |
| 3. Les outils issus des TIC .....                                                | 10        |
| 3.1. Échange de Données Informatisées (EDI) .....                                | 10        |
| 3.2. La gestion électronique de documents (GED) .....                            | 10        |
| 3.3. Le e-marketing .....                                                        | 11        |
| 3.4. Le e-paiement .....                                                         | 11        |
| 3.5. Le e-commerce .....                                                         | 11        |
| 3.6. Les réseaux sociaux .....                                                   | 11        |
| 4. Avantages et inconvénients des TIC .....                                      | 12        |
| 4.1. Avantages .....                                                             | 12        |
| 4.2. Inconvénients .....                                                         | 12        |
| <b>Section 2 : Le secteur des assurances et les TIC au niveau mondiale</b> ..... | <b>14</b> |
| 2.1 Définition de l'assurance .....                                              | 14        |
| 2.1.1 Définition technique .....                                                 | 14        |
| 2.1.2 Définition juridique .....                                                 | 14        |
| 2.2 Les intervenants dans une opération d'assurance .....                        | 14        |
| 2.2.1. L'assureur .....                                                          | 14        |
| 2.2.2 L'assuré .....                                                             | 14        |
| 2.2.3 Le bénéficiaire (tiers) .....                                              | 15        |
| 2.3 Les éléments d'une opération d'assurance .....                               | 15        |
| 2.3.1 Le risque .....                                                            | 15        |

|                                                                                          |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.2 La prime .....                                                                     | 15        |
| 2.3.3 L'indemnisation .....                                                              | 15        |
| 2.3.4 La compensation au sein de la mutualité.....                                       | 16        |
| 2.4 Spécificités des compagnies d'assurance .....                                        | 16        |
| 2.4.1 Inversion du cycle de production .....                                             | 16        |
| 2.4.2 La gestion du risque .....                                                         | 17        |
| 2.5 Classification des assurances .....                                                  | 18        |
| 2.5.1 Classification juridique .....                                                     | 18        |
| 2.5.2 Classification technique .....                                                     | 19        |
| 2.6 Les nouveautés du métier d'assurance des TIC au niveau mondial.....                  | 20        |
| 2.6.1. Les smart contrats ou contrats intelligents .....                                 | 20        |
| 2.6.2 L'assurance à la demande .....                                                     | 20        |
| 2.6.3 L'assurance connectée .....                                                        | 21        |
| 2.7 Un exemple sur l'impact des TIC dans les pays développé .....                        | 21        |
| 2.8 Contribution des TIC dans le mangement des compagnies d'assurances.....              | 23        |
| 2.8.1 TIC et « entreprise » .....                                                        | 23        |
| 2.8.2 TIC et « salarié » .....                                                           | 24        |
| 2.8.3 TIC et « manager commercial ».....                                                 | 25        |
| Section 03 : L'apport de la modernisation de l'appareil commercial dans une .....        | 26        |
| 3-1-La distribution multi canal .....                                                    | 26        |
| 3-2-Le e-commerce .....                                                                  | 27        |
| 3-3-Le m-commerce.....                                                                   | 29        |
| <b>Conclusion.....</b>                                                                   | <b>30</b> |
| <b>Chapitre II: Evolution et structure de secteur des assurances en Algérie</b>          |           |
| <b>Introduction .....</b>                                                                | <b>31</b> |
| <b>Section 01 : Historique du marché Algérien des assurances .....</b>                   | <b>32</b> |
| 1. Origine de l'assurance .....                                                          | 32        |
| 1.1.Le prêt a la grosse aventure .....                                                   | 32        |
| 1.2.L'assurance terrestre.....                                                           | 32        |
| 1.2.1. Assurance incendie.....                                                           | 33        |
| 1.2.2. Les assurances sur la vie .....                                                   | 33        |
| 2. Evolution du marché algérien des assurances .....                                     | 34        |
| 2.1. La période d'avant 1962 .....                                                       | 34        |
| 2.2. La période 1962-1973 .....                                                          | 35        |
| 2.3. La période 1973-1989 .....                                                          | 36        |
| 2.4. La période 1989-2019 .....                                                          | 36        |
| <b>Section 02 : La structure et la dynamique du marché algérien des assurances .....</b> | <b>39</b> |
| 1. La composition du secteur Algérien des assurances .....                               | 39        |
| 2. La structure et la part relative par branche d'activité du secteur.....               | 40        |
| 3. Les intervenants sur le marché algérien des assurances.....                           | 42        |
| 3.1. Le ministère des finances .....                                                     | 42        |
| 3.2. Les institutions autonomes .....                                                    | 42        |
| 3.2.1. Le conseil national des assurances .....                                          | 42        |
| 3.2.2. La commission de supervision des assurances (CSA) .....                           | 43        |

|                                                         |           |
|---------------------------------------------------------|-----------|
| 3.2.3. La centrale des risques (CR) .....               | 43        |
| 3.3. Les banques .....                                  | 43        |
| 3.4. Les agents généraux .....                          | 44        |
| 3.5. Les courtiers .....                                | 44        |
| <b>Section 3 : Les TIC et leur rôle.....</b>            | <b>45</b> |
| 3.1. Le marché algérien des assurances et les TIC ..... | 47        |
| <b>Conclusion.....</b>                                  | <b>50</b> |

### **Chapitre 3: L'utilisation des TIC dans le secteur des assurances : cas de la société algérienne des assurances**

|                                                                                                                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Introduction .....</b>                                                                                                                                 | <b>51</b> |
| <b>Section 1 : Présentation de la SAA.....</b>                                                                                                            | <b>51</b> |
| 1. Historique de la SAA .....                                                                                                                             | 52        |
| 2. Présentation de la Société Nationale des Assurances (SAA) .....                                                                                        | 52        |
| 2.1. Les objectifs de la SAA.....                                                                                                                         | 52        |
| 2.2. La vocation de la SAA .....                                                                                                                          | 53        |
| 2.3. Les filiales de la SAA.....                                                                                                                          | 53        |
| 3. Organisation de la SAA.....                                                                                                                            | 53        |
| 3.1. Au niveau central.....                                                                                                                               | 53        |
| 3.1.1. Les directions (divisions) rattachées au directeur adjoint administratif.....                                                                      | 53        |
| 3.1.2. Les directions (divisions) rattachées au directeur adjoint technique.....                                                                          | 53        |
| 3.2. Au niveau régional .....                                                                                                                             | 54        |
| 3.2.1. Département « Administration Générale ».....                                                                                                       | 55        |
| 3.2.3. Département I.A.R.D.T « Incendies, Accidents, Risques Divers, Transports » .....                                                                   | 55        |
| 3.2.4. Département Automobile .....                                                                                                                       | 56        |
| <b>Section 2 : Les technologies de l'information et de la communication (TIC) utilisées au sein de la Société Algérienne des Assurances (SAA).....</b>    | <b>57</b> |
| 1.1. L'utilisation de logiciel Orass .....                                                                                                                | 57        |
| 1.2. Le rôle ou les avantages du logiciel ORASS .....                                                                                                     | 58        |
| 2. L'utilisation de réseau internet.....                                                                                                                  | 58        |
| 2.1. Les avantages de l'internet.....                                                                                                                     | 59        |
| 3. L'intranet.....                                                                                                                                        | 59        |
| 3.1. Les principales caractéristiques de l'intranet .....                                                                                                 | 60        |
| 4. Le fixe ( <i>la téléphonie</i> ).....                                                                                                                  | 60        |
| 5. Messagerie électronique .....                                                                                                                          | 61        |
| 5.1. Les avantages de messagerie électronique .....                                                                                                       | 61        |
| 5.2. E-mail .....                                                                                                                                         | 61        |
| 6. Le réseau local.....                                                                                                                                   | 61        |
| 7. Les avantages d'adoption des TIC dans la SAA .....                                                                                                     | 62        |
| <b>Section 3 : L'analyse des résultats de la société algérienne des assurances (SAA) .....</b>                                                            | <b>65</b> |
| 1.Enquête par questionnaire sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans la société Algérienne d'assurances (SAA)..... | 65        |
| 2. Interprétation et analyse des résultats.....                                                                                                           | 65        |
| <b>Conclusion .....</b>                                                                                                                                   | <b>75</b> |
| <b>Conclusion générale .....</b>                                                                                                                          | <b>76</b> |

**Bibliographie**

**Annexes**

**Tables des matières**

**Résumé**

## **Résumé**

Le monde a changé la société a évolué et même les institutions de la finance et de l'assurance ont été touchées par l'avènement du numérique qui les a poussé à revoir leurs stratégies, leur mode de gestion ainsi que leurs moyens de travail.

Les TIC permettent d'améliorer considérablement les performances des compagnies d'assurances, depuis un certain temps, la quasi-totalité des compagnies d'assurances ont tourné vers le numérique. Actuellement, cette transition est en phase d'être achevée, Les TIC ont contribué à des progressions importantes dans le domaine de l'assurance.

Comme on est dans le secteur tertiaire, la communication tient une place primordiale. Il est donc essentiel de faire appel aux technologies de pointe afin de pouvoir mieux négocier avec les clients. La recherche de nouveaux prospects se trouve également facilitée grâce à ces nouveaux moyens de communication. On constate justement que si auparavant il fallait se déplacer pour trouver un assureur, la plupart des transactions se font actuellement à distance. En effet, internet dispos actuellement des informations suffisantes afin de déterminer les meilleurs assureurs du moment. Ainsi, il suffit au client de consulter les forums et autres sites spécialisés pour établir un comparatif des atouts de chaque offre afin de déterminer laquelle lui convient. Du côté des assureurs, ces derniers proposent des offres de plus en plus innovantes répondant à des besoins ponctuels, et ce, grâce aux TIC.