

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



Mémoire de fin d'étude

En vue de l'obtention du diplôme de master en Sciences de Gestion

Spécialité : Management Bancaire

Thème

*Le développement de la bancassurance
au sein des banques algériennes.*

Cas : La convention BNA / AGLIC

Présenté par :
HAICHE Imane
HALZOUN Rabea

Rapporteur :
BELADEL Amina

Devant le jury composé de :

- **Président : Mr. ABIDI Mohamed. Maitre de conférence classe « A ».UMMTO.**
- **Examinatrice : Mlle. GUERMAH Hayet. Maitre assistante classe « B ».UMMTO.**
- **Rapporteur : Mme BELADEL Amina. Maitre assistante classe « B ».UMMTO.**



Promotion2017/2018



Remerciement

*Tout d'abord, nous tenons à remercier fortement et avant tout le bon **DIEU** de nous avoir donné le courage et la bonne volonté de mener à terme ce modeste travail.*

*Nos chaleureux remerciements vont aussi à notre promotrice **Mme BELADELA**, pour son aide et ses conseils, nous voudrions également lui témoigner notre gratitude pour sa patience et son soutien durant l'encadrement.*

*Nous tenons à remercier aussi **Mme AKSIL.K**, notre chef de spécialité, également l'ensemble des enseignants de la faculté qui ont suivi notre scolarité.*

*Nos remerciements s'adressent aussi à **Mr FEDDAK.H**, pour sa précieuse orientation et son encadrement à la banque et à tout le personnel de la Banque Nationale d'Algérie de Tizi-Ouzou (agence 583,183), en particulier **Mr HALLAH.M**.*

Nous voudrions exprimer nos plus profonds remerciements à tous les membres de nos deux familles pour leurs amours, leurs encouragements et leurs soutiens tout au long de notre travail.

Pour finir nous tenons à remercier spécialement tous nos amis(es) pour leurs encouragements.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail

*À celle qui m'a couvert de tendresse et qui n'a rien épargné
pour me voir heureuse, à toi ma douce mère ;*

*À la source de ma persévérance, à celui qui m'a toujours
encouragé, à toi mon père ;*

*À mes chers frères, beau-frère, chères sœur, belle-sœur et à
mes deux adorables nièces AYLIN et MERYNE ;*

À toute la famille HAICHE et BOUKAIS ;

À ma binôme RABEA et sa famille ;

À tous mes amis(es) ;

À toute la promotion Management Bancaire 2017.

IMANE.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail

À ma mère pour tous les sacrifices qu'elle a fait pour que je réussisse mes études, tout l'amour, toute l'affection et tout le soutien qu'elle m'a apporté. Qu'elle trouve dans ce travail un témoignage de mon immense reconnaissance ;

À mon père pour ses perpétuels encouragements, ses conseils et ses directives ;

À ma petite et unique sœur MELISSA ;

À toute ma famille surtout ma petite cousine YANELLE ;

À ma binôme IMANE et sa famille ;

À tous mes amis (es) ;

À toute la promotion management bancaire 2017.

RABEA.

Glossaire

Agent général : Est un professionnel indépendant exerçant l'activité d'intermédiaire pour le compte d'une compagnie d'assurance dont il reçoit un mandat.

Assurance : Est une opération par laquelle une personne (l'assureur) s'engage à réaliser une prestation, dans le cadre d'un contrat d'assurance, au profit d'un autre individu (l'assuré) lors de la survenance d'un risque et moyennant le paiement d'une cotisation ou d'une prime.

Assurance de personne : Est une assurance qui couvre des personnes physiques contre les accidents corporels, l'invalidité, la maladie, le décès.

Assurance de dommage : Regroupe les assurances qui ont pour objet de garantir le patrimoine de l'assuré, elles renvoient à deux réalités : d'une part, les assurances de choses, ou assurances de biens qui servent à couvrir l'indemnisation des dommages qui affectent le patrimoine de l'assuré, et d'autre part, les assurances de responsabilité qui permettent de couvrir les conséquences financières des dommages causés par la faute de l'assuré.

Assurance en cas de décès : Assurance par laquelle l'entreprise d'assurance s'engage à verser un capital ou une rente ou cas de décès d'un assuré.

Assurance en cas de vie : Assurance par laquelle l'entreprise d'assurance s'engage à verser un capital ou une rente à une plusieurs dates convenues si un assuré est alors vivant.

Assurance vie : Est de garantir le versement d'une certaine somme d'argent (capital ou rente) lorsque survient un événement lié à l'assuré : son décès ou sa survie.

Assurance voyage : une assurance voyage compte avec un ensemble de garanties pour couvrir des conséquences des incidents qui peuvent survenir avant et pendant les voyages, les déplacements et les séjours à l'étranger.

Assuré : Personne dont la vie, les actes ou les biens sont assurés. Le souscripteur est généralement la même personne. Mais lorsque ce n'est pas le cas, l'assuré doit intervenir pour donner son consentement à l'assurance prise sur sa tête.

Assurfinance : Néologisme qui désigne la distribution des produits bancaires par une compagnie d'assurance et ses intermédiaires.

Assureur : Personne qui s'engage, moyennant le paiement d'une prime ou d'une cotisation, à payer à l'assuré ou au bénéficiaire désigné un capital ou une rente en cas de survenance d'un risque déterminé.

Bénéficiaire : Qui profite d'un bénéfice, d'un avantage : Il est le principal bénéficiaire de cet héritage. Se dit de l'héritier qui accepte une succession sous bénéfice d'inventaire. Se dit d'une personne qui remplit les conditions nécessaires ouvrant droit à une aide, une prestation.

Billet de banque : Est un moyen de paiement généralement en papier imprimé, émis le plus souvent par la banque centrale d'un pays.

Chiffre d'affaire : Le chiffre d'affaires (CA) est la somme des ventes de biens ou de services d'une entreprise.

Commission : Une commission est le fait de confier un mandat, une charge, une mission à quelqu'un (le commissionnaire, le mandataire) pour faire quelque chose à sa place. Celui qui confie la commission est le commettant. Par extension, le terme "commission" désigne le mandat ou la mission elle-même.

Convention : Accord de deux ou plusieurs personnes portant sur un fait.

Cotisations : Somme versée en vue de contribuer à une dépense commune ; quote-part : Payer sa cotisation. Contribution des salariés et/ou de leurs employeurs versée aux différents organismes qui assurent la protection sociale (la Sécurité sociale, l'assurance chômage, etc.).

Courtier : Agent qui met en rapport vendeurs et acheteurs pour des opérations de bourse ou de commerce.

Décloisonnement : La suppression des divisions entre banques de dépôt et banque d'affaire, et supprimé les frontières segmentant les marchés financiers.

Déréglementation : Exprime la suppression des règlements et contrôles sur les prix des services bancaires afin de permettre une circulation plus fluide des flux financiers.

Désintermédiation : C'est l'accès direct des entreprises aux financements par émission de titres plutôt que par endettement auprès des acteurs institutionnels.

Epargne : Ensemble des sommes mises en réserve ou employées à créer du capital.

Image de marque : L'image d'un produit, d'une marque ou d'une société correspond à la façon dont celle-ci est perçue par les consommateurs.

Invalidité : Diminution du potentiel physique ou psychique d'une personne dont l'état est définitivement stabilisés.

Macroéconomique : Étude des systèmes et des phénomènes économiques à un niveau global.

Mandataire : un mandataire est une personne qui reçoit, d'un mandant, le mandat de faire un ou des actes juridiques en son nom et pour son compte. Spécifiquement, un mandataire social est une personne physique mandatée par une personne morale (société, entreprise, association...) pour la représenter vis-à-vis de tiers.

Microéconomique : Étude de l'activité et des comportements économiques, au niveau des individus.

Mutuelle : Une mutuelle ou société mutualiste est une association à but non lucratif qui offre à ses membres, appartenant à une même branche professionnelle, un système d'assurance ou de prévoyance volontaire.

Police : Document signé dans des parties qui constate l'existence et les conditions du contrat d'assurance.

Rentabilité : Capacité (d'un investissement) à procurer un bénéfice.

Réassurance : Opération par laquelle un assureur fait garantir par un autre assureur (réassureur) tout ou une partie des risques qu'il a lui-même couverts.

Risque : Danger éventuel plus ou moins prévisible.

Solvabilité : La solvabilité est la mesure de la capacité d'une personne physique ou morale à payer ses dettes sur le court, moyen et long terme, elle permet d'apprécier la capacité à faire face à ses engagements. L'insolvabilité est l'incapacité à le faire.

Taux de pénétration : Le taux de pénétration indique le pourcentage (calculé par rapport à une population de référence) des personnes (foyers, individus, consommateurs...) ou entreprises possédant, achetant ou consommant un produit ou une marque considéré sur une période de référence.

Liste des abréviations

- **2A**: Algérienne des Assurances.
- **ABC**: Arab Banking Corporation.
- **ACM** : Assurance du Crédit Mutuel.
- **AD**: Assurance Décès.
- **ADE**: Assurance Décès Emprunteur.
- **AGLIC**: Algerian Gulf Life Insurance Company.
- **AG**: Agents Généraux.
- **AP**: Assurance Personnes.
- **ART**: Article.
- **AVA** : Assurance Voyage et Assistance.
- **BADR** : la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural.
- **BDL** : Banque de Développement Local.
- **BEA**: Banque Extérieure d'Algérie.
- **BMCE** : Banque Marocaine Commerciale
- **BNA**: Banque Nationale d'Algérie.
- **BNP** : Banque Nationale de Paris.
- **CAAR** : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance.
- **CAAT** : Compagnie Algérienne d'Assurance de Transport.
- **CAGEX** : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations.
- **CASH** : Compagnie d'Assurance des Hydrocarbures.
- **CCR** : Compagnie Centrale de Réassurance.
- **CGOS** : Centre de Gestion des Œuvres Sociales
- **CIAR** : Compagnie Internationale d'Assurance et de Réassurance.

- **CIC** : Crédit industriel et commercial.
- **CMC** : Conseil de la Monnaie et de Crédit.
- **CNA** : Conseil National des Assurances.
- **CNEP** : Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance.
- **CNMA** : Caisse Nationale de Mutualité Agricole.
- **CPA**: Crédit Populaire Algérien.
- **CR**: Centrale des Risques.
- **CSA**: Commission de Supervision des Assurances.
- **DC** : Direction de la Comptabilité.
- **DCG** : Direction du Control du Gestion.
- **DCPS** : Direction de Crédit aux Particuliers et Spécifiques.
- **DDEP** : Direction du Développement Etudes et Projets.
- **DEJ** : Direction des Etudes Juridiques.
- **DER** : Direction Encadrement du Réseau.
- **DF** : Direction de la Formation.
- **DIPM** : Direction des Instruments de Payements et de la Monétiques.
- **DGE** : Direction des Grandes Entreprises.
- **DMC** : Direction Marketing et Communication.
- **DMF** : Direction des Marchés Financiers.
- **DMFE** : Direction des Mouvements Financiers avec l'Etranger.
- **DMG** : Direction des Moyens Généraux.
- **DOD** : Direction des Opérations Documentaires.
- **DOMP** : Direction de l'Organisation des Méthodes et Procédures.
- **DPME** : Direction des Petites et Moyennes Entreprises.
- **DPP** : Direction de la Préservation du Patrimoine.

- **DPRS** : Direction du Personnel et des Relations Sociales.
- **DPS** : Direction de la Production et des Services.
- **DRG** : Direction des Réalisations des Garanties.
- **DRICE** : Direction des Relations Internationales et du Commerce Extérieur.
- **DSERC** : Direction du Suivi des Engagements et du Recouvrements des Créances.
- **DTA** : Direction des Technologies et l'Agriculture.
- **EDI** : Echange de Données Informatiques.
- **FGA** : Fond de Garantie des Assurés.
- **GAB**: Guichet Automatique Bancaire.
- **GAM**: Générale Assurance Méditerranéenne.
- **GAV** : Garantie contre les Accidents de la Vie.
- **GIG**: Gulf Insurance Group.
- **IAD**: Incapacité Absolue Définitive.
- **IARD** : Incendies, Accidents, Risques Divers.
- **IPP**: Incapacité Permanente Partielle.
- **IPT**: Incapacité Permanente Totale.
- **JORADP** : Journal Officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire.
- **KIPCO**: Koweït Investestement Project COmpany.
- **MAATEC**: Mutuelle Assurance Algérienne des Travailleurs de l'Education et de la Culture.
- **LIMRA**: Life Insurance Marketing and Research Association.
- **MRH**: Multi Risque Habitation.
- **ONS**: Office National des Statistiques.
- **SAA**: Société Algérienne d'Assurance.
- **SGA**: Société Générale Algerienne.

- **SGCI:** Société du Garantie du Crédit Immobilier.
- **SONATRACH :** SOciété NAtionale pour la Recherche, la production, le Transport, la Transformation et la Commercialisation des Hydrocarbures.
- **SPA:** Société Par Action.
- **STAR:** Société Tunisien.ne d'Assurance et de Réassurance.
- **TVA :** Taxe sur la Valeur Ajoutée.
- **UAR :** Union Algériennes des sociétés d'Assurances et de Réassurances.

SOMMAIRE

Introduction générale.....	13
Chapitre 1 : Genèse et fondement de la bancassurance	
Section 1 : Présentation de la bancassurance.....	19
Section 2 : Les différents produits de la bancassurance	26
Section 3 : Les objectifs de la bancassurance.....	31
Chapitre 2 : Enjeux et perspectives de la bancassurance	
Section 1 : Les avantages de la bancassurance.....	37
Section 2 : Les limites et risques de la bancassurance.....	41
Section 3 : Les facteurs du succès de la bancassurance.....	44
Chapitre 3 : La bancassurance en Algérie	
Section 1 : Les secteurs assurantiels et bancaires en Algérie.....	50
Section 2 : Les conventions de la bancassurance en Algérie.....	59
Section 3 : Le développement de la bancassurance en Algérie et ces obstacles.....	67
Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA	
Section 1 : Présentation de la BNA et de la compagnie d'assurance AGLIC.....	74
Section 2 : Les produits bancassurance commercialisés par la BNA.....	81
Section 3 : Etude d'un produit d'assurance offert aux guichets de la BNA et interprétation des résultats.....	88
Conclusion générale.....	100
Bibliographie	
Listes des tableaux et graphiques	
Liste des abréviations	
Glossaire	
Annexes	
Table des matières	
Résumé	

Résumé

Ce travail a pour objet d'évaluer l'essor de la bancassurance en Algérie. Depuis 2008, les banques et les compagnies d'assurances algériennes ont opté pour l'activité de bancassurance en signant des conventions autorisant les banques à commercialiser des produits d'assurance depuis leurs guichets. Ces alliances stratégiques ont permis aux deux parties de booster la vente des contrats d'assurance, de diversifier les activités et améliorer la concurrence. Toutefois, et malgré les efforts fournis, l'activité de bancassurance demeure très en retard par rapport aux standards internationaux en raison de certaines contraintes qui bloquent son envol.

Mot clés : bancassurance, convention, alliance, banque, société d'assurance.

Table des matières

Liste des abréviations

Glossaire

Introduction générale..... 13

Chapitre 1 : Genèse et fondement de la bancassurance

Introduction..... 18

Section 1 : Présentation de la bancassurance..... 19

1. Origines de la bancassurance..... 19

2. historique de la bancassurance..... 19

2.1. En Europe..... 19

2.1.1. En France..... 20

2.1.2. En Espagne..... 20

2.1.3. En Italie..... 21

2.1.4. En Belgique..... 21

2.1.5. En Grande Bretagne..... 21

2.2. En Amérique..... 22

2.3. En Afrique..... 22

2.3.1. En Tunisie..... 22

2.3.2. Au Maroc..... 23

2.3.3. En Algérie..... 23

3. Définition de la bancassurance..... 24

Section 2 : Les différents produits de bancassurance..... 26

1. Les assurances aux particuliers..... 26

1.1. Assurance de bien et responsabilité..... 26

1.1.1. Assurance automobile..... 26

1.1.2. Assurance multi risque habitation..... 27

1.1.3. Assurance garantie accident de la vie..... 27

1.1.4. Assurance de moyens de paiement..... 28

1.1.5. Assurance scolaire..... 28

1.1.6. Assurance juridique..... 28

2. Les assurances particuliers..... 29

2.1. Assurance de personne..... 29

2.1.1. Assurance vie..... 29

2.1.2. Assurance décès invalidité temporaire..... 29

2.1.3. Assurance capitalisation ou bon au porteur..... 30

2.1.4. Assurance complémentaire..... 30

3. les assurances professionnelles..... 30

3.1. L'assurance décennale..... 30

3.2. L'assurance homme clef..... 30

3.3. L'assurance perte exploitation..... 30

Section 3 : Les objectifs de la bancassurance.....	31
1. Les objectifs de rentabilité.....	31
1.1. Les commissions.....	31
1.2. Les dividendes.....	31
1.3. La création de valeur.....	32
2. Objectif de fidélisation de la clientèle.....	32
Conclusion.....	34
Chapitre 2 : Enjeux et perspectives de la bancassurance	
Introduction.....	36
Section 1 : Les avantages de la bancassurance.....	37
1. les avantages pour la banque.....	37
1.1. La rentabilisation des ressources.....	37
1.2. Les effets de taille et de gamme.....	37
1.3. La fidélisation de la clientèle.....	38
1.4. Le renforcement des fonds propres.....	38
2. les avantages pour les compagnies d'assurance.....	38
2.1. Une meilleure appréciation des risques.....	38
2.2. Le renforcement des fonds propres.....	39
2.3. L'amélioration de la rentabilité.....	39
2.4. L'accès à une large clientèle.....	39
3. les avantages pour les clients.....	39
3.1. L'amélioration de la qualité d service.....	39
Section 2 : Les limites et risques de la bancassurance.....	41
1. Les limites de la bancassurance pour la banque.....	41
1.1. Les risques sur l'image de la banque.....	41
1.2. Les divergences de cultures commerciales.....	41
1.3. La formation du personnel.....	41
2. les limites de la bancassurance pour les compagnies d'assurance.....	42
2.1. Le transfert du centre de décision.....	42
2.2. Le traitement des sinistres et la sélection des risques.....	42
2.3. Le secret bancaire.....	43
Section 3 : Les facteurs du succès de la bancassurance.....	44
3.1. Les facteurs exogènes.....	44
3.1.1. L'environnement.....	44
3.1.2. L'image sur le marché.....	44
3.1.3. Le comportement des consommateurs.....	45
3.1.4. Le taux de pénétration de l'assurance.....	45
3.2. Facteurs endogènes.....	45
3.2.1. Le réseau de distribution.....	45
3.2.2. Les caractéristiques des produits d'assurance commercialisés.....	46
3.2.3. Les modèles retenus.....	46
Conclusion.....	48
Chapitre 3 : La bancassurance en Algérie	

Introduction	49
Section 1 : Les secteurs assurantiels et bancaires en Algérie	50
1.1. Aperçu sur le secteur algérien des assurances	50
1.1.1. La période 1962-1989	50
1.1.2. La période 1989-2006	51
1.1.3. La période 2006-2013	52
1.2. Les intervenants dans le marché algérien des assurances	52
1.2.1. Agents généraux	53
1.2.2. Les courtiers	53
1.2.3. Les banquiers	53
1.2.3. Les institutions autonomes	54
2. Aperçu sur le secteur algériens des banques	55
2.1. Un système bancaire public	55
2.2. Le monopoles de l'état	55
2.3. La privatisation du secteur	56
2.2.1. La loi n° 90-10 du 14 avril relative à la monnaie et au crédit	56
2.2.2. L'ordonnance n° 03-11 du 26 aout 2003 relative à la monnaie et au crédit	57
2.2.3. L'ordonnance n° 10-04 du 26 aout 2010 relative à la monnaie et au crédit	57
2.3. Les acteurs du système bancaire et financier en Algérie	58
Section 2 : Les conventions de la bancassurance en Algérie	59
2.1. La naissance de la bancassurance en Algérie	59
2.2. Références législatives et procédures de mise en place de la bancassurance	60
2.3. Procédures de mise en place de la bancassurance	60
2.3.1. Conditions de distribution	60
2.3.2. La convention	60
2.3.3. La formation	61
2.3.4. Les produits distribués	61
2.3.5. La rémunération	61
2.4. Les différents accords de partenariats existants en Algérie	62
2.4.1. La convention CNEP Banque/ CARDIF	62
2.4.2. La convention BDL/ SAA	63
2.4.3. La convention BADR/ SAA/ AMANA	63
2.4.4. La convention BNA/ AGLIC	64
2.4.5. La convention BEA/ CAAR/ CAAT	64
2.4.6. La convention CPA/ CAAR	64
2.4.7. La convention SGA/ AXA	65
2.4.8. La convention AL BARAKA/ SALAMA assurance	65
2.4.9. La convention BNP Paribas/ CARDIF	65
2.4.10. La convention TRUST Bank/ TRUST assurance	65
Section 3 : Le développement de la bancassurance en Algérie et ces obstacles	67
3.1. Les principales raisons qui entravent le rapprochement des activités de banque et assurance en Algérie	67
3.2. Le développement de la bancassurance en Algérie	67
3.3. Les obstacles au développement de la bancassurance en Algérie	67

Conclusion	71
Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA	
Introduction	73
Section 1 : Présentation de la BNA et de la compagnie d'assurance AGLIC	74
1.1. Présentation générale de la BNA	74
1.1.1. Historique	74
1.1.2. Structure et organisation de la BNA	75
1.1.3. Les missions d'une agence de la BNA	77
1.1.4. Les objectifs de la BNA	78
1.2. Présentation de la compagnie d'assurance AGLIC	78
1.2.1. Description	78
1.2.2. Présentation	78
1.2.3. Les actionnaires	79
1.2.4. Les principaux produits d'assurance	80
Section 2 : Les produits bancassurance commercialisés par la BNA	81
1. Assurance de personne	81
1.1. Assurance voyage et assistance	81
1.1.1. Les garanties prévues	82
1.1.1.1. Assurance garantie de base	82
1.1.1.2. Assurance garantie complémentaire	83
1.1.2. Critères de tarification	83
2. Assurance décès emprunteur	86
2.1. Assurance décès emprunteur « crédit immobilier »	86
2.2. Assurance décès emprunteur « crédit à la consommation »	87
Section 3 : Etude d'un produit d'assurance et analyse des résultats de questionnaire	88
1. Définition de l'assurance emprunteur BNA	88
1.1. La cible	88
1.2. Exclusion relative à la garantie	88
1.2.1. Pour décès	88
1.2.2. Pour IAD	88
1.3. Avantages de l'assurance emprunteur	89
1.4. Evolution du produit ADE au niveau de la BNA	89
2. interprétation des résultats	93
Conclusion générale	100
Bibliographie	
Listes des tableaux et graphiques	
Annexes	
Table des matières	
Résumé	

Introduction Générale

Les systèmes financiers à travers le monde ont connu ces dernières décennies des mutations profondes via un processus de décloisonnement des activités, de déréglementation, de désintermédiation et d'innovation financière ayant pour impact direct sur l'intensification entre les différents types d'acteurs de la branche financière, rendant ainsi le marché de plus en plus concurrentiel et donnant naissance à de nouveaux rapprochements des métiers.

Les banques et les compagnies d'assurances sont les deux éléments fondamentaux du système financier, car elles jouent un rôle majeur dans le financement de l'économie, tout en transformant l'épargne en investissement, donc il y a une création de richesse et d'emploi ce qui favorise le développement et la croissance de l'économie.

Les banques sont fortement touchées au plus profond de leurs activités traditionnelles par la progression accrue de la pression concurrentielle et la multiplication excessive de la finance directe. Elles ont commencé à penser et à mettre en œuvre de nouvelles stratégies de développement afin de s'adapter aux modifications.

L'assurance occupe une place très importante dans l'économie moderne semble constituer pour la banque un moyen de diversification de ces produits et une source de nouvelles activités.

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

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

À partir des années 80, la commercialisation des produits d'assurance par l'entremise des guichets bancaires a commencé à se généraliser en Europe et notamment en France en donnant naissance à un nouveau concept qui définit les divers rapprochements entre les banquiers et les assureurs connu sous le nom de la bancassurance. Désormais, l'apparition et le développement de la bancassurance durant ces dernières années constitue l'un des plus significatifs changements dans le secteur des services financiers.

Introduction Générale

À travers le développement qu'elle a connu depuis son apparition, la bancassurance a réussi à s'imposer peu à peu sur le marché en termes de clientèle et de gamme de produits offerts. Aussi, elle a été introduite sur le marché dans le but d'enrichir et de dynamiser le secteur de l'assurance et par conséquent assurer le développement économique et social.

La banque voit dans la bancassurance un moyen de créer un nouveau flux de revenu et de diversifier son activité. Elle peut aspirer à une plus grande attractivité du fait de l'élargissement de sa gamme de produits et elle peut renforcer la satisfaction et donc la fidélisation de ses clients. La bancassurance permet aussi de mieux exploiter et d'augmenter la rentabilité bancaire.

Mais ce terme de « bancassurance » ne recouvre pas uniquement une spécificité de distribution. D'autres caractéristiques sont d'ordre légal, fiscal, culturel et/ou comportemental qui doivent être intégrées au concept de la bancassurance. C'est en effet, l'ensemble de ces caractéristiques qui peuvent expliquer les différences de la bancassurance d'un pays à un autre. Alors que la bancassurance domine très nettement sur certains marchés en représentant plus de deux tiers du chiffre d'affaires en assurance de personne, tel que le cas de l'Espagne et de la France, mais d'autres marchés semblent ne pas l'avoir retenu comme modèle.

En Algérie, la bancassurance a été introduite sur le marché algérien après la promulgation de la loi n° 06-04 du 20 février 2006 modifiant et complétant l'ordonnance du 25 janvier 1995 relative aux assurances.

La première convention entre la SAA et la BDL le 19 avril 2008, la période 2007 à 2017 a été marquée par la concrétisation de plusieurs accords de bancassurance.

Le 20 avril 2008 la SAA et la BADR, en 2009 le groupe bancaire BNP Paribas via sa filiale CARDIF s'est associé avec la CNEP banque pour créer une filiale commune, ensuite la CAAT et la CAAR ont conclu un partenariat avec la BEA en mai 2008 et enfin en 2017 la convention de la BNA avec AGLIC.

Dans le but de dynamiser le marché en diversifiant le réseau de distribution, surtout que les banques bénéficient d'une meilleure image de marque, d'une fréquence de contact des clients plus élevée et d'une meilleure connaissance patrimoniale de leurs clients, à travers le développement qu'elle a connu la bancassurance n'a pas encore réussi à s'imposer sur le marché bancaire mais ce nouveau réseau de distribution a l'avantage d'exploiter les guichets bancaires et a facilité la commercialisation de ces produits, grâce à la confiance qui existe entre les individus et leurs banquiers. Néanmoins, cette innovation présente quelques faiblesses qui peuvent freiner son développement.

Introduction Générale

Face à cet état de fait, il nous paraît judicieux de traiter ce phénomène de la bancassurance à travers des raisons qui ont incité les banques à commercialiser les contrats d'assurance. Il est important de comprendre dans quel contexte et selon quelles logiques les banques ont été amenés à franchir la frontière traditionnelle séparant le métier de la banque et celui de l'assurance.

Notre recherche s'articule autour d'une question principale sur laquelle nous nous essayons de répondre :

- « **Quelle est l'intérêt pour la banque de distribuer les contrats d'assurance ?** »

De cette question principale découle plusieurs questions secondaires :

- Qu'est-ce que c'est la bancassurance ?
- Quels sont les avantages et les limites de la bancassurance pour la banque ?
- La bancassurance est-elle une solution pour la banque ou pour l'assurance ?
- Quels sont les obstacles qui entraver son développement en Algérie ?

Pour cela nous avons posé les hypothèses suivantes :

- **Hypothèse 1:** La bancassurance permet aux banques de diversifier avec efficacité la gamme de produits qu'elles offrent.
- **Hypothèse 2 :** Sachant que l'Algérie est un pays en voie de développement, la bancassurance peut être dans un état embryonnaire.

- **La méthodologie de la recherche**

Nous allons suivre une méthodologie basée sur une étude théorique qui reprend une synthèse des littératures économiques en matière de banque et assurance, dont les expériences des premiers pays qui ont adoptés l'activité de bancassurance, sur le plan empirique à travers un stage au sein de la BNA de Tizi-Ouzou (agence583) et une étude empirique auprès d'un échantillon de 50 individus interrogés au sein de l'agence. Cependant il y a lieu de signaler que l'accès à l'information est très difficile voir même impossible dans certain cas.

- **L'objet du thème**

Le but de notre travail est d'étudier les perspectives de développement de la bancassurance en Algérie, et plus particulièrement à la BNA, tout en démontrant son utilité sur les divers plans.

- **Le choix du thème**

L'intérêt d'étudier sur la bancassurance en Algérie s'explique par deux raisons :

1. La première la bancassurance est un thème d'actualité qui a été lancé en 2007.
2. La seconde est de mettre en évidence l'importance de la bancassurance dans les agences bancaires algériennes notamment la BNA.

Introduction Générale

▪ Plan du travail

Afin de bien mener notre mémoire, nous avons organisé le travail en quatre chapitres.

Un premier chapitre intitulé « Genèse et fondement de la bancassurance », il a pour objet de présenter les principaux éléments théoriques propres à notre sujet, donc il sera consacré à l'apparition de la bancassurance dans le monde, à ces différents types de produits et ces objectifs.

Dans le deuxième chapitre qui est « *Enjeux et perspectives de la bancassurance* », il présentera les avantages et les limites de la bancassurance et au final les facteurs clés du succès.

Ensuite dans le troisième chapitre « *La bancassurance en Algérie* » il sera consacré à la présentation du secteur bancaire et assurantiel en Algérie, la naissance et au développement de la bancassurance, les différents produits de la bancassurance en Algérie, les obstacles qu'elle rencontre cette activité et les recommandations à son développement.

Enfin le dernier chapitre intitulé de « *La pratique de la bancassurance au sein de la BNA* » il sera consacré à la pratique de la bancassurance, la présentation des différents produits bancassurance distribués par cette dernière et à l'étude et l'analyse de l'un de ces produits et l'interprétation du questionnaire posé à la clientèle.

Introduction

La banque et l'assurance se sont développées depuis deux cent ans indépendamment. Mais en 1970, un nouveau concept prend essor et réunit les deux secteurs, c'est ce que nous appelons la bancassurance qui s'est considérée dans une première analyse comme un mode de commercialisation originale des produits d'assurance par les établissements bancaires.

Ainsi, la bancassurance est un phénomène relativement récent et vaste qui nécessite alors d'être explicite, pour cela nous allons faire une présentation générale du concept , ce qui va faire l'objet du premier chapitre à travers lequel nous essayerons de présenter la bancassurance, nous faisons dans une première section une définition et historique de la bancassurance, pour traiter en deuxième section les produits distribués par les bancassurances et enfin dans la troisième section la présentation ces objectifs.

Section 1: Présentation de la bancassurance

Dans cette section, nous allons voir l'histoire de la bancassurance à travers quelques pays dans le monde, ainsi que ces diverses définitions.

1. Origine de la bancassurance

Le cas de la bancassurance mérite d'être précisé. Lorsqu'un banquier accorde un prêt, il exige toujours de son client la souscription d'un contrat d'assurance afin de se prémunir contre divers sinistres éventuels, tels que le décès, l'accident ou le chômage. Pour ce faire la Fédération du Crédit mutuel d'Alsace, de Lorraine et de Franche-Comté, à l'instar de toutes les banques, faisait appel aux services d'un intermédiaire courtier en assurances. En 1970, elle décide de se passer des services de ce dernier et d'encaisser ainsi elle-même la commission de courtage. Au-delà de cette commission d'apport les contrats mêmes étaient très bénéfiques pour la société d'assurance. La fédération a donc souhaité aller plus loin dans son engagement et devenir l'assureur de ses clients afin de bénéficier de ces résultats techniques si rémunérateurs, aussi, la décision de créer les Assurances du Crédit mutuel (ACM)¹.

Le 26 janvier 1971. Les ACM Vie et les ACM IARD (*incendie, accidents et risques divers*) obtiennent leur agrément, ainsi est apparue une activité encore sans appellation, qui deviendra ultérieurement « *la bancassurance* ». De fait, cette dénomination est plus récente, elle doit remonter à 1985, date à laquelle la société d'assurance GAN (*le Groupe des Assurances Nationales*) a procédé à une prise de participation dans le groupe bancaire CIC (*Crédit Industriel et Commercial*).

Mais d'un point de vue purement historique, la bancassurance a été apparue en septembre 1965 par les britanniques.

2. Historique de la bancassurance

À travers ce point, nous allons essayer de mettre en avant un aperçu historique de la bancassurance dans le monde.

1.1. En Europe

C'est en Europe dite « latine », que la bancassurance a connu son essor et ses plus grands succès, grâce initialement à un environnement juridique plus favorable que dans le reste du monde.

En assurance vie, les banques sont le canal de distribution prédominant en Belgique (48 % en 2005), en France (64 % en 2006), en Italie (59 % en 2006) et en Espagne (72 % en 2005).

¹ KEREN Vered, « *La bancassurance : QUE SAIS-JE ?* », 1ère édition, Paris, septembre 1997, p.04.

Toutefois, les banques constituent un canal de distribution beaucoup moins important aux Pays-Bas (19 % en 2004), en Allemagne (25 % en 2005), en Suisse (environ 2 %) et au Royaume-Uni (20 % en 2006). Après avoir fortement augmenté entre 1985 et 2000, la pénétration de la bancassurance s'est quelque peu stabilisée ces dernières années dans la plupart des marchés².

2.1.1. En France

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

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

En 2000, la bancassurance représentait 35% des primes d'assurance vie, 60% des primes d'épargne, 7% pour l'assurance dommage et 69% du chiffre d'affaire d'assurance épargne individuelle. Les bancassureurs se concentrent sur l'assurance automobile, qu'ils considèrent comme potentiellement rentable et pouvant faire l'objet de ventes croisées. Leur part de marché en assurance automobile privée a progressé, passant de 5,7 % en 2000 à 8,3 % en 2005³.

Ce succès a fait de la France le plus grand marché d'assurance épargne individuelle en Europe. En termes de volume, c'est le premier marché de la bancassurance.

2.1.2. En Espagne

La bancassurance occupe aujourd'hui plus de 65% du chiffre d'affaire de l'assurance vie, environ 17 milliards d'euros en 2001 en Espagne. La spécificité propre du marché espagnol provient du fait que les caisses d'épargnes régionales détiennent 50% du marché de l'épargne. Aujourd'hui, ce sont 9 bancassureurs qui occupent le top 10 des assureurs en Espagne et les bancassureurs détiennent 74 % des affaires nouvelles. Une des raisons principales de ce succès pourrait être la bonne image de la banque dans ce pays. Ajoutées à cela, quelques réformes portant sur le système de retraite par exemple, ont permis de rendre attractifs certains produits d'assurance vie que distribuent en masse les réseaux bancaires⁴.

² Charles GIRAUD « *la bancassurance : tendances émergents, opportunités et défis* », Sigma n° 5/2007.

³ <https://www.lajauneetlarouge.com/article/le-succes-de-la-bancassurance-en-france>: consulté le 25/08/2018 à 10h45.

⁴ La Maison des Arts et Métiers « *Les réseaux de distribution d'assurance en France* » Solving, Mars 2007.

2.1.3. En Italie

La bancassurance italienne s'est caractérisée par la rapidité de son développement. C'est la loi Amato de 1990, qui autorise aux banques de détenir des participations dans les compagnies d'assurance. A cela s'est ajouté, entre 1995 et 1998, un contexte fiscal favorable aux produits d'assurance vie. Enfin, un important réseau bancaire bien réparti sur le territoire, ajouté à la confiance des Italiens en leurs banquiers, ont permis au modèle de poursuivre sa croissance. La part de marché des bancassureurs est ainsi passée de 8% en 1992 à 50% en 2002, et représente plus de 60% de la production d'assurance vie⁵.

2.1.4. En Belgique

En Belgique, en 1989 le 1er assureur belge et le général de Banque créent la compagnie Alpha Life. Un an après, AMEV N.V, une importante compagnie d'assurances néerlandaise et VSB, une banque néerlandaise, réunissent leurs activités. Cette même année, le Groupe AG se joint à eux réalisant ainsi la première fusion transfrontalière, créant le groupe Fortis. La bancassurance a connu une croissance rapide ces dernières années, elle n'a pas été freinée par un marché Vie dominé par la vente par courtiers, même si les modes de distributions sont variés, elle a été soutenue par des investissements de compagnies étrangères, principalement luxembourgeoises. Elle a également profité d'un marché Vie en forte progression.

Enfin, de nombreuses fusions, acquisitions et restructurations ont rapproché banques et assureurs. Les cinq premiers groupes du marché sont issus du milieu de la bancassurance ou l'assurfinance. Avec 56 % de part de marché en Vie, la bancassurance est désormais le premier réseau de distribution. Elle est caractérisée par une forte proportion de produits individuels (35 % à l'exclusion des produits en Unité de Compte) et un équilibre entre produits d'épargne et produits de prévoyance⁶.

2.1.5. En Grande Bretagne

Le marché britannique de l'assurance vie est dominé par des courtiers. Leur part demarché est passée de 40% en 1999 à 54% en 2002. Ainsi, les banques n'ont pas réussi à pénétrer le marché. Leur part de marché sur la commercialisation des produits d'assurance vie, plafonnée à 15% au début des années 1990, est de 9% aujourd'hui⁷. Même si des partenariats entre banques et assureurs sont conclus, et des réformes de la distribution des produits d'assurance vie prévues, la croissance de la bancassurance reste difficile à envisager⁸.

⁵ <https://www.ca-assurances.com/.../marche-de-assurance-en-italie>. : Consulté le 25/08/2018 à 11h00.

⁶ https://www.rtf.be/auvio/detail_7eco?id=2250061 : Consulté le 25/08/2018 à 11h15.

⁷ www.agefi.lu/mensuel/Article.asp?NumArticle=5363 : Consulté le 26/08/2018 à 19h00.

⁸ www.bancassurance.com : Consulté le 25/08/2018 à 11h15.

2.2. En Amérique

Par comparaison avec l'Europe ou même l'Asie, les États-Unis et le Canada ne recourent pas beaucoup à la bancassurance. Cette désaffection qui tient en partie aux barrières réglementaires, dépend également de la sensibilisation du public et de ses préférences ainsi que des différences culturelles entre la banque et l'assurance. En outre, la perception des produits d'assurance, considérés comme peu rentables par rapport aux produits bancaires, a découragé les banques de vendre des assurances.

Aux États-Unis, avant la signature du Gramm-Leach-Bliley en 1999, la bancassurance n'était pas autorisée. Toutefois, malgré la suppression des restrictions à l'encontre des banques opérant dans le domaine de l'assurance, les ventes de produits d'assurance par les banques sont demeurées insignifiantes. Cet insuccès tient en partie à l'évolution séparée, pendant de nombreuses années, des intermédiaires financiers des deux secteurs.

Au Canada, la législation actuelle est un réel frein au développement de la bancassurance. Le marché bancaire canadien de détail est très concentré : moins de 10 banques contrôlent l'essentiel du marché. La majorité des banques canadiennes est « à charte fédérale », c'est-à-dire sous le contrôle des autorités fédérales. Les banques à charte fédérale ne peuvent vendre dans leur réseau de succursale bancaire que l'assurance-crédit emprunteur et l'assurance voyage.

2.3. En Afrique

La bancassurance est très peu développée. Cette situation s'explique par la faible culture d'assurance, la méfiance des populations vis-à-vis des produits d'assurance et un manque de motivation des banquiers à proposer des produits d'assurance dans leurs guichets. La bancassurance est malgré tout bien reconnue et réglementée.

2.3.1. En Tunisie

Le concept de bancassurance a été introduit en 2002, dans un début de dynamiser le marché, en diversifiant le réseau de distribution surtout les banques bénéficient d'une meilleure image de marque. La bancassurance en Tunisie est également récente puisque ce n'est qu'en Avril 2002 que les banques sont devenues autorisées à commercialiser des produits d'assurance grâce à la loi n° 2002-37 du 1^{er} Avril 2002. Avec des taux de pénétration d'assurance faible qui ne dépasse pas les 2%.⁹ La Tunisie a vu en la bancassurance un instrument de développement et de promotion de l'assurance notamment dans les branches où les assureurs traditionnels n'ont pas réussi.

⁹ATLAS Conseil International, ATLAS magazine, « L'actualité de l'assurance en Afrique et au Moyen-Orient », Tunisie, N°10, avril, 2004, p.10.

2.3.2. Au Maroc

Avec l'instauration du nouveau code des assurances en 2002, la bancassurance est devenue une réalité et beaucoup de banques marocaines ont opté pour des modèles de bancassurance (*signature des accords de distribution, création de filiales*) pour la distribution notamment des produits d'assurances vie et de capitalisation.

Il faut savoir que le marché marocain est caractérisé par une forte concentration. En effet, les groupes bancaires Attijariwafa bank (est un groupe bancaire marocain. En 2016, il s'agit de la première banque marocaine) et BMCE Bank (est une banque commerciale marocaine) sont les leaders de la bancassurance réalisant un chiffre d'affaires respectivement de 2,47 milliards de dirhams et 2,02 milliards de dirhams. Ces deux banques, en plus de la Banque Centrale Populaire accaparent 80% du volume des primes et encaissent 70% des commissions. En outre, le montant des commissions encaissées par les banques s'élève à 310,91 millions de dirhams au titre de l'exercice 2015 marquant ainsi une nette progression de 7,82% par rapport à 2014.¹⁰

2.3.3. En Algérie

La bancassurance a permis aux banques, établissements financiers et assimilés la commercialisation de certains produits d'assurances, à savoir les assurances de personnes, l'assurance-crédit ainsi que l'assurance des risques simples d'habitation (multirisques habitation, assurance obligatoire des risques catastrophiques et risques agricoles).

Dans ce sens, de nombreuses conventions de partenariat entre banques et sociétés d'assurances ont été signées, entre autres :

- CARDIF EL Djazair avec BNP Paribas et CNEP banque ;
- AXA avec AGB, SGA, BNP et BEA ;
- SAA avec BADR et BDL ;
- CAAR avec BEA et CPA ;
- CAARAMA avec CPA, et ABC ;
- CAAT avec BEA ;
- TRUST Assurance avec TRUST Bank ;
- SALAMA Assurance et EL BARAKA Bank ;
- AMANA avec BADR et BDL ;
- AGLIC avec BNA.

¹⁰ ATLAS Conseil International, *Op.cit*, p.17.

Production de la bancassurance 2012-2014, enregistrant un chiffre d'affaire de 1,9 milliards de DA en 2014, la bancassurance a maintenu son niveau de production par rapport à 2013, avec une légère hausse de 1,02%¹¹. Même une baisse de 2,4%, les sociétés d'assurance de personne représentant 80,1% de la production totale en bancassurance, le reste est généré par les assurances de dommages et plus précisément par l'assurance agricole à savoir 90,7% du totale des sociétés de dommages. Au titre de l'exercice 2014, les commissions versées aux banques s'élèvent à 265 millions de DA.

3. Définition de la bancassurance

Ce nouveau néologisme origine français, couvre une large gamme d'accords entre les banques et les compagnies d'assurance, qui dans tous les cas comprend la fourniture de produits bancaires et assurantiels à la même source ou à la même clientèle. En général, le terme bancassurance est utilisé pour désigner les efforts des banques pour pénétrer le marché de l'assurance, alors que le terme AssurFinance décrit la même approche mais suivie par les assureurs comme stratégie de diversification vers l'activité bancaire.

Comme il y a une multiplicité de stratégies, il n'y a pas un modèle standard de bancassurance, voire même dans le même pays. La littérature en la matière donne diverses définitions pour décrire le phénomène :

- C'est ainsi que LEACH Alan définit la bancassurance comme étant : « *l'implication et la participation des Banques, des Caisses d'Epargne et des Organismes de crédit immobilier dans la fabrication, le marketing et la distribution des produits d'assurance* »¹².
- BERNARD de Gryse propose une autre définition dans une formulation stricte, c'est celle d'une autre bancassurance qui a prouvé sa réussite dans plusieurs entreprises et plusieurs pays : «La bancassurance est à proprement parlé l'activité d'assurance, filiale d'une banque»¹³. Autrement, filiale d'une banque conçoit et fabrique des assurances adaptées au profile des clients de la banque et tient compte pour les diffusions des exigences et des spécificités du réseau bancaire.
- Selon BORDERIE.A (2004) la bancassurance peut aussi être défini comme étant : «*la création de conglomérat financier associant des organismes bancaires et d'assurance. Elle comprend deux composantes, l'une capitalistique entre une banque et un assureur, l'autre de vente par leur réseaux respectifs des produits bancaires et assurance* »¹⁴.

¹¹ Conseil National des Assurances « *Revue de L'ASSURANCE N°14* », septembre 2016.p.16.

¹² LEACH Alan, « *Bancassurance in practice* », Munich RE Group, Munich, 2001, p.02.

¹³ BERNARD de Gryse, « *La Bancassurance en mouvement* »,Edition Boech et Larcier,Bruxelles, 2005, p.01.

¹⁴ BORDERIE.A.Lafitt.M, « *La bancassurance stratégie et perspectives en France et en Europe* », Edition revue banque, Paris, 2004, p.47.

- Le dictionnaire de l'assurance de LIMRA, (*The Life Insurance Marketing and Research Association*), définit la bancassurance comme étant « *la fourniture des produits et services d'assurance vie par les banques et les organismes de crédit immobilier* »¹⁵.
- En Algérie la bancassurance est définie comme suit : Le Glossaire des termes d'assurance élaboré par le CNA, définit la bancassurance en « *néologisme composé des mots banque et assurance. La bancassurance veut dire la distribution des produits de l'assurance par les banques.* » ART.252. (*modifié, complété : Art 53 loi n°06-04*)¹⁶.

La forme de la bancassurance diffère d'un pays à un autre, voire même dans le même pays. Elle dépend de la démographie, du climat économique et la législation nationale. Le profil démographique du pays décide en général du genre de produits à distribuer, la situation économique déterminera la tendance du chiffre d'affaires et des résultats, alors que le climat législatif décidera de la périphérie dans laquelle la bancassurance doit opérer.

Pour atteindre cet objectif, la banque doit s'associer avec une compagnie d'assurance existante qu'elle soit une filiale (*nationale*) ou une entité étrangère (*une compagnie étrangère*). Cependant, il convient de noter que dans tous les cas, la banque se limite à la distribution du produit, la fabrication et le service après-vente sont en général à la charge de l'assureur même, si le banquier ou le bancassureur intervient pour la conception des produits car c'est lui qui connaît le mieux les besoins de ses clients. Donc la bancassurance, n'est au fond rien d'autre qu'une vaste gamme de services financiers offerts par une institution financière ou par une alliance de prestataires de services financiers. La bancassurance, telle qu'elle est comprise aujourd'hui décrit en général un bouquet étendu de services financiers dont chacune des fonctions était autrefois assumées par des branches différentes et clairement délimitées.

¹⁵ MOCARD Julien « *Le dictionnaire de l'assurance de LIMRA, (The Life Insurance Marketing and Research Association)* », 3^{ème} Edition, 2000, p.07.

¹⁶ Conseil National des Assurances, *Op.cit*, p.22.

Section 2 : Les différents produits de la bancassurance

L'offre des bancassureurs en matière de produits d'assurance était fortement corrélée avec l'évolution historique de la bancassurance et les stratégies y afférentes. Après un tour d'horizon de grands bancassureurs à travers le monde, nous constatons que la bancassurance peut tout vendre et qu'elle n'est pas limitée à une certaine catégorie de produits.

Les bancassureurs ont compris que pour continuer à être performants, ils doivent faire preuve d'une forte capacité d'innovation. Et pour cela nous pouvons distinguer les catégories citées ci-dessous:

1. Les assurances aux particuliers**1.1. Assurance de biens et de responsabilités**

L'assurance des biens couvre les biens matériels comme les bâtiments, leur contenu, l'équipement et les marchandises, les biens en cours de transport ainsi que les pertes d'exploitation en cas d'interruption des activités.

L'assurance de la responsabilité civile couvre les dommages corporels, dommages matériels ou préjudice personnel causés aux tiers ainsi que d'autres risques découlant de l'exploitation.¹⁷

1.1.1. Assurance automobile

L'assurance automobile est un produit qui se vend très bien par le réseau bancaire, elle permet au propriétaire d'un véhicule de s'assurer au minimum de la garantie responsabilité civile automobile pour les dommages corporels et matériels causés¹⁸. En plus de la garantie de base, le réseau bancaire propose à ses clients de souscrire à une police d'assurance couvrant des risques plus étendus que le minimum légal tel que le vol, l'incendie, le bris de glace, les dégâts matériels du véhicule, les catastrophes naturelles et la protection juridique.

Il est généralement proposé deux types de niveau de garantie :

- **Niveau 1 : Assurance automobile au tiers :** la garantie responsabilité civile couvrant les dommages corporels et matériels causés à des tiers, souvent d'un appui juridique et d'une assistance en cas de panne ou d'accident.
- **Niveau 2 : Assurance tous risques :** en plus du niveau 1, ce contrat couvre les dommages du véhicule tels que le vol, l'incendie, le bris de glace, ainsi que les propres dommages de l'assuré lorsque ce dernier est en tort. La liste des dommages couverts dans ce niveau varie selon les banques.

¹⁷ BERR Claud-j, GROUTEL d'Hubert, « *Droit des assurances* », Paris, DAUOZ, 8ème Edition, 1998, p.06.

¹⁸ Conseil National des Assurances, *Op.cit*, p.22.

Un contrat d'assurance automobile souscrit auprès de son banquier possède les mêmes propositions de garantie qu'un contrat souscrit chez un assureur.

Le banquier a des arguments choc pour que l'on choisisse son assurance. Bien souvent, les banquiers négocient avec leurs prestataires des garanties offertes aux clients lors de la souscription telles que le prêt d'un véhicule de remplacement ou même une assistance panne à domicile. Mais encore, les banquiers proposent des packages avec le financement d'un véhicule en incluant l'assurance, ce qui lui permet de faire une vente croisée.

1.1.2. Assurance MRH (*Multi Risque Habitation*)

Par le biais du réseau bancaire, il est possible d'assurer son logement au titre de résidence principale ou secondaire. Un propriétaire ou un locataire doit souscrire à ce type d'assurance, mais l'étendue des garanties est différente. Il y a pour ce type d'assurance un minimum : la responsabilité civile vis-à-vis des tiers c'est-à-dire des voisins ou des passants.

Dans ce minimum est généralement compris la couverture en cas d'incendie, dégâts des eaux et de catastrophe naturelle. Il peut y avoir en supplément le vol, le vandalisme et le bris de glaces. La plupart du temps, les banques proposent un produit standard comportant les garanties précitées.

Les banques proposent souvent cette assurance dans un package avec un prêt immobilier ainsi que des conditions avantageuses pour la souscription simultanée d'un prêt et d'une assurance MRH, comme par exemple les trois premiers mois gratuits.

1.1.3. Assurance GAV (*Garantie Accident de la Vie*) ou Assurance accident domestique

Ce produit d'assurance est un très grand succès du réseau bancaire car les assureurs proposent rarement ce type de contrat. Ce produit a subi une forte communication en interne pour sa distribution. De plus, ce type de produit est simple et destiné à toutes les catégories de personnes¹⁹.

Ce contrat est destiné à couvrir l'assuré et sa famille contre les risques de la vie de tous les jours susceptibles d'entraîner une incapacité permanente, partielle ou un décès. Les contrats souscrits auprès des banques protègent l'assuré contre :

- Les accidents domestiques tels que les mauvaises chutes, brûlures, électrocution, accidents de jardinage et accidents dus au sport (exclusion des sports dit dangereux tels que la navigation ou l'escalade) ;
- Les agressions et les attentats d'une manière générale ;

¹⁹ Conseil National des Assurances, *Op.cit*, p.30.

- Accidents médicaux tels que les erreurs de diagnostic, d'anesthésie ou encore accidents opératoires ;
- Les catastrophes naturelles telles que les inondations, les coulées de boue ou encore l'effondrement d'un bâtiment.

La plupart de ses garanties sont souvent déjà comprises dans d'autres assurances. Ce type de contrat est très rentable pour les banquiers, car la plupart du temps les assurés ne connaissent pas l'étendue des garanties que proposent ce produit et donc ne font pas marcher l'indemnisation pour de petits dommages.

1.1.4. Assurance de moyens de paiement

Les banques proposent d'assurer la perte des moyens de paiement ainsi que leur utilisation frauduleuse. Cette assurance est présentée en même temps que la souscription à une carte bleue ou la délivrance d'un chéquier. A ce moment, le banquier sensibilise le client sur sa responsabilité de tous les paiements ou retraits frauduleux avant l'opposition sur ces derniers et des conséquences pécuniaires qui en découlent²⁰.

Ce produit est très bien vendu par les banquiers car il répond à une demande des clients. De plus, il peut également assurer la perte et le vol des papiers officiels (passeport) ou des espèces (si elles ont été retirées dans les 48 heures précédant de vol ou la perte).

1.1.5. Assurance scolaire

Cette assurance couvre les accidents dont l'enfant de l'assuré pourrait être victime à l'école, pendant les activités sportives ou culturelles mais aussi en dehors de l'école, par exemple, pendant les vacances. Elle couvre aussi la responsabilité civile pour des dommages matériels ou corporels provoqués par l'enfant²¹.

Ce produit se vend généralement lors de la rentrée scolaire car les établissements scolaires la demande. Bien souvent cette assurance est déjà comprise dans l'assurance habitation ce qui constitue une cumulation d'assurances.

1.1.6. Assurance juridique

L'assurance protection juridique consiste à prendre en charge les frais de procédure ou à fournir des services pour défendre l'assuré ou exercer un recours pour son compte. Ainsi, la protection juridique englobe la défense et le recours de l'assuré. Ce type d'assurance est rarement proposé seul. Elle représente le plus souvent une garantie complémentaire proposée dans les contrats de type habitation, automobile ou moyens de paiement²².

²⁰ DANIEL Jean Pierre, « *Les enjeux de la bancassurance* », Edition de Verneuil, Paris, 1995, p.23.

²¹ DANIEL Jean Pierre, *Op.cit*, p.16.

²² Conseil National des Assurances, *Op.cit*, p.26.

Les banquiers la proposent souvent comme une garantie complémentaire avec le paiement d'un surcoût distinct de l'assurance. Or, dans ce type de contrat, la protection juridique ne s'applique que pour des litiges ayant une relation directe avec l'assurance principale.

2. Les assurances particulières

2.1. Assurances de personnes

C'est une assurance qui couvre des personnes physiques contre les accidents corporels, l'invalidité, la maladie, le décès. Nous pouvons y inclure aussi l'assistance voyage..., Elle est souscrite soit à titre individuel, soit à titre collectif.

2.1.1. Assurance vie

Il y a deux types de contrat d'assurance vie : « *l'assurance vie en cas de vie qui est assimilée à un contrat épargne et l'assurance vie en cas de décès qui est plus généralement appelée assurance Décès Invalidité Temporaire* »²³.

Par le contrat d'assurance vie, l'assureur s'engage en contrepartie du versement des primes (ou cotisations si le contrat est souscrit auprès d'une mutuelle), à verser à l'assuré en cas de vie au terme du contrat ou aux bénéficiaires que celui-ci aura désigné en cas de décès un capital ou une rente. Les contrats d'assurance-vie sont soumis à un régime fiscal spécifique. En effet, il y a une exonération des droits de mutation et de l'impôt sur le revenu en cas de versement ou de rachat du capital dans certaines conditions. Les contrats d'assurance vie peuvent être de différents types. Par exemple, ils peuvent être entièrement libellés en unité monétaire ou en unité de compte c'est-à-dire sur des supports d'investissement basés sur des actions et des obligations.

Les contrats d'assurance vie peuvent aussi être avec un taux intérêt minimum garanti, c'est-à-dire qu'au moment de la souscription l'assureur s'engage à rémunérer l'épargne du contrat au minimum du taux garanti.

2.1.2. Assurance décès invalidité temporaire/ Assurance emprunter

L'assurance Décès Invalidité Temporaire garantit le versement d'un capital ou d'une rente viagère (une somme d'argent versée de manière régulière) à un bénéficiaire que l'assuré désigne dans le contrat en cas de décès ou d'invalidité totale et définitive durant la période du contrat²⁴.

²³ CHAPUISAT Françoise, « *Le droit des assurances* », PUF, Paris, 1995, p.53.

²⁴ CHAPUISAT Françoise, « *Le droit des assurances* », *Op.cit*, p.60.

Cette assurance est très utilisée car elle accompagne de façon presque impérative un crédit immobilier.

2.1.3. Assurance capitalisation ou bon au porteur

C'est un contrat d'épargne que nous pourrions apparenter à un billet de banque. Il n'est pas nominatif, il appartient à la personne qui le détient et il est donc cessible sans formalité. Il a un régime fiscal bien spécifique, mais il permet de transmettre de son vivant le capital du contrat à la personne que nous désirons.

2.1.4. Assurance complémentaire santé

L'assurance complémentaire santé est une assurance qui rembourse en complément de la Sécurité Sociale une partie ou même la totalité des frais médicaux et pharmaceutiques payés par l'assuré.²⁵

Cette assurance prend aussi en charge le remboursement des lunettes, des lentilles et des frais hospitaliers.

3. Les assurances professionnelles

Les assurances professionnelles sont rarement proposées et vendues par le réseau bancaire, car ce sont des assurances complexes. Les assurances qui sont parfois proposées aux entreprises ayant leur compte courant dans la banque sont l'assurance décennale, l'assurance homme clef et l'assurance perte exploitation.

3.1. L'assurance décennale

Elle est proposée aux entreprises du bâtiment car c'est une obligation assurance. Elle assure contre les défauts de fabrication du gros œuvre. Elle est de moins en moins proposée car c'est une assurance peu rentable et qui importe des frais pour l'assuré²⁶.

3.2. L'assurance homme clef

Elle est proposée plutôt à des grandes entreprises ou un employé est indispensable comme par exemple un chercheur.

3.3. L'assurance perte exploitation

Elle est proposée à tous types d'entreprise. Elle permet de couvrir en partie la perte exploitation d'une entreprise face à une impossibilité de continuer son activité, par exemple à cause d'intempérie climatique ou d'incendie.

²⁵ LAMBERT, DENIS Clair, « *Economie des assurances* », Armand colin, Paris, 1996, p.221.

²⁶ CHAPUISAT Françoise, « *Le droit des assurances* », *Op.cit*, p.63.

Section 3 : Les objectifs de la bancassurance

Dans cette section nous essayerons de présenter les principaux objectifs qui ont poussé les banques à investir dans le marché de l'assurance.

1. Les objectifs de rentabilité

Historiquement, au moment où le phénomène de la bancassurance s'est enclenché, les banquiers étaient à la recherche de « *revenus divers* ». Dans la terminologie comptable bancaire belge ces revenus sont qualifiés par opposition aux revenus d'intérêts. Ces derniers montraient alors une tendance continue à la désagrégation et il devenait urgent de trouver des revenus de substitution, car les produits précédents sont déjà développés mais ils restaient peu importants et leur potentiel de croissance demeurait faible (*il s'agissait notamment de bénéfice sur change, loyers de coffre-fort, opération sur titre et coupons*)²⁷.

Les opérations de bourse notamment la création de fond commun de placement qui permettaient d'engendrer un revenu lucratif ont été une première et rentable démarche dans cette direction, elles permettaient de toucher des commissions à l'entrée et d'engager ensuite des frais de gestions.

1.1. Les commissions

L'assurance c'est avérée une deuxième source exploitable en cette quête de revenu divers. Nous pouvons situer sur trois plans les apports d'une filiale d'assurance à sa maison mère ; les commissions, les dividendes et la création de valeur. Pour ce qui est des premières elles représentent des revenus tirés sur les ventes de police d'assurance par les agences de la banque²⁸.

Aussi, pour respecter la vérité économique du bilan de la filiale il est important que les commissions qu'elles rétrocèdent à la banque soient de même que celle que la banque recevait si elle commercialisait des produits pour compte d'une société tierce.

1.2. Les dividendes

Dans la mesure où les premiers efforts portaient sur le développement d'un chiffre d'affaires dont les marges d'exploitation sont particulièrement confortables, les banques pouvaient espérer que leurs filiales leur apporteraient relativement vite des dividendes.

Certaines compagnies ont d'ailleurs par moment tirés sur la corde en restant en état de sous-capitalisation pour quelque mois, nous attendons qu'elle soit rappelée à l'ordre n'empêche, poussant la démonstration plus loin, afin d'améliorer la comparabilité entre les

²⁷ BERNARD de Gryse, *Op.cit*, p.17-19.

²⁸ BORDERIE.A.Lafitt.M, *Op.cit*, p.60.

entreprises, elles calculent un ratio qui rapportait le bénéfice des assureurs vie au capital minimum légalement obligatoire.

La plus part des assureurs traditionnels étant capitalisé, la comparaison pouvait les défavoriser du fait de leurs capitaux excédentaires. Aussi dans ce cas de figure il apparaissait que les ratios de bancassureur sortent largement du lot, lorsque la banque ne détient qu'une participation partielle elle n'obtient ces retours qu'au prorata de sa mise.

1.3. La création de valeur

Dans sa quête de revenus supplémentaire la banque trouvera également un complémentaire de valeur dans sa filiale d'assurance. Au terme de quelques exercices une filiale bien gérée à la tête d'un portefeuille de contrat de qualité, produisant un chiffre d'affaire en croissance régulière, acquiert une valeur certaine.

2. Objectifs de fidélisation de la clientèle

Tous les banquiers s'avent que pour une partie leur clientèle est multi bancarisée, et elle se tournera facilement vers la banque qui propose les meilleurs services, ce qui détermine la notion d'infidélité du client envers sa banque principale. À cet effet une grande banque ne peut se passer de commercialiser les produits qui diffusent ses concurrents.

Le banquier se réjouit que la bancassurance lui offre l'opportunité d'élargir l'éventail des produits financiers que le client détient et par-là même de le fidéliser d'avantage.

A titre d'illustration une façon classique de subdiviser une clientèle en trois groupes :²⁹

- Clients convaincus « *hot* »
- Clients qu'il faut constamment convaincre « *low* »
- Clients qui se détachent de vous « *cold* »

Cette classification appliquée à la bancassurance et mise en œuvre auprès des guichets bancaires permet aux banquiers de vendre facilement une nouvelle police aux clients du premier groupe qui achètent « en confiance », et ce n'est pas le cas pour les clients du deuxième groupe car la, les banquiers doivent expliquer, argumenter et convaincre. La police devient franchement difficile pour le groupe des « *cold* » qui se montre sourd et insensible.

La classification fait montrer la grande facilité avec laquelle les banquiers arrivent à vendre des polices d'assurances, et en ajoutant la fréquence des contacts et la force des liens de confiances nous constatons que les banquiers, dans la sphère des intérêts patrimoniaux disposent de solides atouts.

²⁹ Bernard de Gryse, *Op.cit*, p.19.

S'en servir à l'occasion de la bancassurance est allé de soit pour multi-équiper les clients et se les attacher d'avantage et d'ailleurs la plupart des banques mesurent le taux d'équipement qu'ils réussissent à atteindre. Mais en réalité ils ne retiennent pas de critères standards car les taux de pénétration se différent d'une banque a une autre.

Conclusion

La bancassurance est un canal bien établi et de plus en plus utilisé pour les produits d'assurance, jusqu'à présent, les modèles de bancassurance les plus performants misaient principalement sur la vente des produits simples aux guichets à des clients qui prenaient leurs décisions sur place. Les produits de bancassurance ont plutôt une vocation à compléter les produits bancaires existants, le modèle retenu dans la création d'un bancassureur est un facteur déterminant de succès. Il n'existe pas en réalité de modèle à suivre pour trouver l'alliance stratégique car chaque compagnie d'assurance et chaque banque doit chercher la formule adaptée à sa situation, à ses besoins mais aussi à son environnement culturel et réglementaire.

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

Introduction

La bancassurance traduit une idée de collaboration entre la banque et l'assurance, la banque voit dans la bancassurance un moyen de créer un nouveau flux de revenus et de diversifier son activité.

Il est tout à fait légitime de s'interroger sur l'utilité économique de la bancassurance et sur ce qu'elle apporte tant au niveau macroéconomique qu'au niveau microéconomique, le succès de la bancassurance nous laisse penser qu'elle a quelque part servi le consommateur le banquier et l'assureur et voire même l'état.

À cet effet nous allons présenter dans ce chapitre les différents avantages de la bancassurance ainsi que les limites et les risques aux quels elle fait face et enfin ces facteurs du succès.

Section 1 : Les avantages de la bancassurance

Cette section sera consacrée à l'analyse et l'étude des divers avantages de la bancassurance pour la banque, pour l'assureur et pour le client.

1. Les avantages pour la banque

La banque voit dans la bancassurance un moyen de créer un nouveau flux de revenus et de diversifier son activité.

1.1. La rentabilisation des ressources

Sous l'angle de rentabilisation des ressources nous pouvons regrouper plusieurs points.

▪ Les commissions

La banque reçoit de son partenaire assureur, à titre de rémunération pour son rôle de distributeur, des commissions qui peuvent être en pourcentage de la prime qu'il a touchée ou une part des résultats techniques réalisés, ces volumes de capitaux contribuent à améliorer les résultats de la banque¹.

▪ Les rentabilisations des ressources humaines

Sur le plan de ressources humaines, la diversification vers l'assurance permettra à la banque de mieux occuper son personnel et d'augmenter sa productivité, la bancassurance offre au personnel dont le degré d'appréciation de cette nouvelle activité est considéré globalement probant, une nouvelle possibilité d'évolution de carrière et un moyen de sortir de la routine quotidienne².

1.2. Les effets de taille et de gamme

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

De même, l'effet de taille produit aussi des économies d'échelle qui représentent la baisse des coûts moyens avec le volume d'activité, elles sont de l'ordre de 2% contre 10% à 15% lorsque deux banques ou deux sociétés d'assurance se rapprochent, mais le sujet reste toujours l'objet de controverses du fait que la production porte sur des actifs contingents³.

Le fait de fournir plusieurs prestations à la fois permet à la banque de réaliser des économies de gamme. En effet, le prix global de l'ensemble des prestations réalisées auprès

¹ DUCHESNE Yann, cité par KEREN Vered, « *La bancassurance, Que sais-je ?* », Paris, 1997, p.15.

² DUCHESNE Yann, *Op.cit*, p.18.

³ VILLATTE Michel, « *L'essor de la bancassurance* », Encyclopédie des assurances, Ed Economia, Paris, 1998, p.35.

d'un seul prestataire de service devrait être inférieur à celui en provenance de plusieurs offreurs spécialisés qui ne proposent qu'une prestation déterminée. Ceci confère au prestataire unique un avantage concurrentiel et un moyen d'améliorer sa marge bénéficiaire.

1.3. La fidélisation de la clientèle

L'avantage premier de la distribution des produits d'assurance par rapport à d'autres canaux, est la relation avec la clientèle. La fidélisation de la clientèle a un avantage économique, qui est un besoin universel pour toute entreprise est un argument clé pour la commercialisation des produits d'assurance⁴.

Avec l'intégration de la bancassurance, la banque devient une sorte de «supermarché», un fournisseur unique de services financiers, où le client peut trouver réponse à tous ses besoins, qu'ils soient financiers ou d'assurance.

Ainsi la banque peut aspirer à une plus grande attractivité du fait de l'élargissement de sa gamme de produits et peut renforcer la satisfaction et donc la fidélisation de ses clients.

1.4. Le renforcement des fonds propres

La plus part des stratégies de la bancassurance passe par une création d'une filiale ou une acquisition d'une compagnie d'assurance existante, et par des prises de participations entre une banque et une société d'assurance. Ces investissements en capital produisent des effets de levier très important qui confèrent aux deux entités une plus grande capacité d'élargir leurs activités⁵.

Cependant, l'utilisation des fonds propre pour garantir les mêmes capitaux pour l'activité de la banque et celle de la compagnie d'assurance n'est pas sans risque pour le niveau de solvabilité global, d'où la nécessité de prévoir de nouvelles règles de surveillance des groupes de la bancassurance.

2. Les avantages pour les compagnies d'assurance

2.1. Une meilleure appréciation des risques

La bonne connaissance de la situation financière et personnelle de la clientèle, permet la prévention de certains risques.

Les bases de données des banques sont d'une très grande importance pour la compagnie d'assurance, car elles lui permettront une meilleure connaissance des clients et une meilleure appréciation du risque assuré⁶.

⁴ Industrie de la banque et de l'assurance, « *Une approche client similaire* », Euro Group, paris, 2002.

⁵ Le conseil national des assurances, « *Revue de l'assurance N°5* », janvier à avril 2014, p.25.

⁶ BERANGERL.M, CHEVALIER.M et LAUNAY.C, « *Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde* », *Op.cit*, P.22.

2.2. Le renforcement des fonds propres

Les investissements en capital de la banque dans la compagnie d'assurance produisent un effet de levier très important qui procure pour la compagnie d'assurance une capacité de développement énorme de ses activités⁷. La banque peut aider la compagnie d'assurance durant les périodes de forte croissance notamment par la souscription des titres.

2.3. L'amélioration de la rentabilité

L'augmentation du volume de l'activité et la baisse des coûts de distribution, la rentabilité de la compagnie d'assurance impliqué dans la bancassurance s'améliore.

2.4. L'accès à une large clientèle

La bancassurance procure à la compagnie d'assurance, filiale ou partenaire de la banque, un accès direct à une clientèle plus large dont la fréquence des visites aux guichets bancaires dépasse de loin celle des agences d'assurance, ce qui augmente la chance de souscription de nouveau contrat d'assurance. L'assureur pourra aussi prendre connaissance des bases données clientèle des banques, ainsi les coûts de l'information seront réduits et l'appréciation du risque sera meilleur⁸. Le banquier qui connaît mieux ses clients est plus apte à leur proposer des produits d'assurance qui leur conviennent le mieux. Des lors la compagnie d'assurance verra son chiffre d'affaire augmenter et sa rentabilité améliorer.

3. Les avantages pour le client**3.1. L'amélioration de la qualité de service prestation**

Sous l'angle de l'amélioration de la qualité de prestation envers les clients nous pouvons citer⁹:

▪ La commodité de l'accès

Le client a une grande accessibilité à tous les services et les divers produits d'assurance auprès de sa banque, cette dernière lui propose à la fois des produits d'assurance et les produits bancaires.

▪ L'amélioration de l'offre

La bancassurance a permis d'améliorer la qualité de l'offre tant sur le plan qualitatif que sur le plan quantitatif, le client peut trouver des produits sur mesure qui conviennent parfaitement à sa situation, les produits sont plus simples et plus lisibles.

▪ L'amélioration du service après vente

Les bancassureurs répondent aux attentes de leurs clients en plaçant des plates formes pour le règlement des sinistres à l'exemple des plates formes téléphoniques (call center) mises

⁷ Lambert, BENIS-Clair, « Economie des assurances », *Op.cit*, p.62.

⁸ BERANGERL.M, CHEVALIER.M et LAUNAY.C,*Op.cit*, p.05.

⁹ VILLATTE Michel, *Op.cit*, p.35.

Chapitre 2 : Les enjeux et les perspectives de la bancassurance

en place pour le règlement des sinistres automobiles. Un numéro vert est remis au client, auquel il devrait appeler en cas de sinistre.

- **Une meilleure rentabilité des placements**

Les coûts de distributions des bancassurances étant réduits par rapport à ceux des compagnies d'assurance, car leurs réseaux de distribution étaient déjà rémunérés pour les opérations traditionnelles qu'elles effectuent, le consommateur peut bénéficier des produits d'assurance à des prix intéressants que dans les réseaux traditionnels.

Section 2 : Les limites et les risques de la bancassurance

Malgré que la bancassurance présente des avantages pour la banque, l'assurance et pour les clients, mais certains inconvénients et limites existent.

Dans cette section nous allons aborder les différents inconvénients et risques de la bancassurance.

1. Les limites de la bancassurance pour la banque**1.1. Les risques sur l'image de la banque**

Les banques jouissent d'une bonne image de marque auprès de la clientèle acquise grâce à la relation de proximité entretenue par les chargés de clientèle qui fournissent quotidiennement divers services aux clients à leur charge, allant du simple retrait jusqu'aux crédits immobiliers les plus importants. Les banques sont soucieuses de la nécessité de sauvegarder leur image sont conscientes des coûts très élevés en matière de dépense marketing nécessaires pour acquérir une nouvelle clientèle déjà bancarisée¹⁰.

La bancassurance nécessite des efforts de marketing et une force de vente active, la vente de quelques polices d'assurance vie ne suffit pas pour faire d'une banque traditionnelle un véritable bancassureur.

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

1.2. La divergence de cultures commerciales

Les banquiers et les assureurs travaillent différemment et leur approche client n'est pas toujours identique. En terme d'approche marketing les compagnies d'assurance adoptent une approche produit alors que les banques adoptent une approche client¹¹.

Les banques visent à attirer une clientèle de jeunes, même peu fortunée pariant, ainsi, sur sa fidélité à moyen terme. Néanmoins, cette clientèle n'est pas attirée par l'assurance étant donné qu'elle est moins aversée au risque associé à ce type d'assurance que d'autres groupes d'âge, elle souscrit notamment l'assurance automobile, où elle souffre d'un taux beaucoup plus important pour constituer une cible des assureurs.

1.3. La formation du personnel

Le niveau de connaissance nécessaire pour le personnel banquier pour vendre les produits d'assurance devient de plus en plus élevé avec la complexité et la sophistication des

¹⁰ Conseil National des Assurance, *Op.cit*, p.13.

¹¹ BERANGERL.M, CHEVALIER.M et LAUNAY.C, *Op.cit*, p.19.

produits, donc la banque doit investir pour la formation de son personnel dans cette nouvelle branche. Cela lui permettra d'acquérir les compétences requises pour promouvoir la présentation et la vente des différents produits d'assurance, tout cela n'est pas sans conséquences, car l'amortissement peut s'étaler sur plusieurs années ce qui pourrait alourdir les charges qui pèsent sur la banque et affectent sa rentabilité¹².

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

2. Les limites de la bancassurance pour les compagnies d'assurance

2.1. Le transfert du centre de décision

Toutes les compagnies d'assurance qui travaillent avec le réseau de distribution bancaire dans le cadre de la bancassurance se plient aux exigences des banques. Ainsi, il y a une forte dominance du mode de distribution sur le fabricant. La compagnie d'assurance est tenue de fabriquer des produits selon les exigences et selon les critères arrêtés par son banquier distributeur¹³.

La suprématie de la banque est beaucoup plus grande si la compagnie d'assurance est sa filiale. Sans aucun doute l'activité de la compagnie d'assurance dépend largement de la politique de la maison mère, sa dépendance serait totale si le réseau bancaire était son seul canal de distribution et en cas de rupture avec celui-ci, la compagnie d'assurance perdrait son seul accès au marché car elle n'a pas de clients mais des assurés.

2.2. Le traitement des sinistres et la sélection des risques

La différence de cultures commerciales dans la banque et la société d'assurance déjà développée précédemment peut conduire d'un côté, à une mauvaise sélection des risques notamment en IARD(Incendies, Accidents, Risques Divers)¹⁴, par exemple : le meilleur des clients de la banque étant en possession d'une puissante voiture de sport et étant un adpte de

¹²KEREN Vered, *Op.cit*, p.53.

¹³ Conseil National des Assurance, *Op.cit*, p.19.

¹⁴ DANIEL Jean-Pierre, *Op.cit*, p.87.

la vitesse présente un très mauvais risque en Assurance Automobile et le banquier ne pourra pas refuser de l'assurer, de plus il va même chercher à lui offrir le meilleur des tarifs.

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

2.3. Le secret bancaire

Dans le cadre de la bancassurance, la communication des informations sur la clientèle des banques et la compagnie d'assurance n'est pas compatible avec les exigences de secret bancaire.

La banque doit avoir l'accord et le consentement de son client pour pouvoir communiquer des informations le concernant à des tiers. Le non respect de ces dispositions est susceptible de sanction pénale.

Section 3 : Les facteurs du succès de la bancassurance

La bancassurance est une réalité très contrastée, succès évident sur de nombreux marchés tels la France, l'Espagne ou l'Italie. Elle demeure pourtant marginale dans d'autres pays, pourtant il n'est pas si simple de savoir pourquoi elle ne se développe pas de la même façon partout, car les clés de succès sont nombreuses.

Dans cette section nous proposons de présenter les principaux facteurs clés du succès de la bancassurance.

3.1. Les facteurs exogènes**3.1.1. L'environnement**

Le premier facteur de succès est l'environnement de pays concerné, la réglementation relative à la bancassurance et la position des autorités par rapport à son développement sont bien évidemment tout à fait essentielles et influencent véritablement les conditions de succès du modèle dans un pays, elles jouent un rôle primordial comme ce fut le cas en Algérie avec la loi 04-06 autorisant les compagnies d'assurance à distribuer leurs produits via les guichets bancaires.

Ensuite, viennent les avantages fiscaux qui peuvent inciter fortement les consommateurs à investir dans un produit d'assurance-vie ou de retraite plutôt qu'un autre, favorisant ainsi l'épargne individuelle ; en France, ils ont été une des clés du succès de la bancassurance¹⁵.

Viennent enfin, les facteurs culturels et comportementaux, la bonne image des banques, leur relation privilégiée avec leurs clients et la proximité des réseaux bancaires comme c'est le cas en France, Espagne, l'Italie et Belgique.

3.1.2. L'image sur le marché

La façon dont la banque est perçue sur un marché par les consommateurs et la place qu'elle occupe dans la société sont des facteurs essentiels. Cette image peut être la conséquence directe de l'organisation du réseau bancaire et du nombre de ses représentations dans un pays. Dans des pays comme la France, l'Espagne, l'Italie ou la Belgique, les banques bénéficient d'une bonne image, les clients ont une relation de confiance avec leurs banques ou leur banquier. Les banques bénéficient également de l'impression justifiée ou non d'être plus aptes à gérer les problèmes financiers de l'assureur, cette relation de confiance existe d'autant plus que la marque est puissante et sa notoriété est réelle¹⁶.

¹⁵ BERANGERL.M, CHEVALIER.M et LAUNAY.C.*Op.cit*, p.08.

¹⁶ VILLATTE Michel, *Op.cit*, p.102.

3.1.3. Le comportement des consommateurs

Nous constatons d'ailleurs une nouvelle fois que le taux de pénétration Internet dans les foyers des pays dits latins comme l'Espagne, l'Italie ou la France est très nettement inférieur aux pays plus nordiques comme la Grande Bretagne, les Pays-Bas, les pays scandinaves ou encore aux Etats-Unis¹⁷.

Un facteur croisé intéressant a pu être mis en évidence dans le comportement des consommateurs dans un pays et le succès de la bancassurance sur ce même marché ; plus une population a l'habitude d'utiliser les nouvelles technologies, et en particulier l'internet moins la bancassurance s'est implanté.

Ce constat est extrêmement dépendant de la culture du pays et des habitudes des consommateurs. Certaines populations ont l'habitude et préfèrent se rendre chez leur banquier et de discuter en face à face de leurs besoins financiers, d'autres consommateurs préfèrent se donner le temps et les moyens de comparer les produits, par exemple sur Internet ; leur choix de consommation est ainsi uniquement dicté par leurs recherches et ce en tout anonymat.

3.1.4. Le taux de pénétration de l'assurance

Le taux de pénétration de l'assurance est une autre explication du succès fulgurant de la bancassurance dans certains pays. Il est donné par le rapport entre le volume de la prime vie et le produit intérieur brut et indique l'importance de l'assurance-vie au sein de l'économie d'un pays. En effet, de grandes banques ou assureurs internationaux ont cherché à s'implanter dans des pays où le taux de pénétration de l'assurance était encore restreint. Elles ont su créer des alliances ou des partenariats avec des assureurs ayant une bonne connaissance des pratiques et besoins des consommateurs locaux, ou avec des banques locales dont le réseau était déjà organisé. Par ces accords, la bancassurance a pu s'implanter souvent à un coût réduit et avec une grande efficacité et rapidité¹⁸.

3.2. Facteurs endogènes**3.2.1. Le réseau de distribution**

Une implantation géographique structurée et dense du réseau bancaire est un élément de premier ordre pour parvenir au succès. Il est évident qu'un nombre important de points de vente propre à apporter aux clients ou prospecter une proximité géographique et humaine, va faciliter les rencontres entre banquiers et consommateurs et donc permettre d'accroître les chances de vente.

¹⁷ BERNIER Gilles, « *La bancassurance au Canada, mythe ou réalité, menace ou opportunité* », 1996, p45.

¹⁸ BERANGERL.M, CHEVALIER.M et LAUNAY.C.*Op.cit*, p.77.

La proximité avec le client est une force qu'il ne faut pas sous-estimer, elle est un facteur fondamental à la mise en place de la relation, et donc de la confiance et de la fidélité. Ce dernier point est également à mettre en avant, puisque l'on peut considérer que les réseaux bancaires ont une « *homogénéité* » qui permet d'harmoniser les offres, les processus de vente, mais aussi de coordonner les campagnes de vente¹⁹.

3.2.2. Les caractéristiques des produits d'assurances commercialisés

Le bancassureur « *débutant* » sur un marché commence généralement par la distribution de produits simples, standardisés et parfois même « *packagés* » avec les offres bancaires. Ces produits doivent être intégrés aux procédures de vente de la banque ainsi qu'à ses méthodes de gestion. Un alignement sur les produits bancaires facilite la vente des produits d'assurance-vie par les réseaux bancaires. Cependant, en raison de la forte similarité entre les assurances vie et les produits de dépôt, il faut rester vigilant afin que ces produits ne viennent pas se substituer aux produits bancaires mais réellement compléter l'offre déjà existante²⁰.

Il s'agit la souvent d'un défi à la fois pour les banquiers et pour les assureurs. Il est tout-à-fait possible de diversifier la gamme de produits vendus par les bancassureurs mais cette étape doit intervenir lorsque les réseaux bancaires sont déjà familiarisés avec le concept d'assurance-vie et lorsque le marché est suffisamment mature pour accueillir des produits plus complexes.

3.2.3. Les modèles retenus

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

Dans un modèle d'intégration totalement ou partiellement intégré, la mise en place de structures uniques (système information, réseaux de ventes, ...) permettra souvent d'atteindre une efficacité accrue et de restreindre au point optimal les coûts de distribution qui offrent une plus grande souplesse et une liberté dans les prises de décision et les choix relatifs aux produit distribués, communication et publicité, gestion des polices, etc.²¹.

¹⁹ BERANGERL.M, CHEVALIER.M et LAUNAY.C. *Op.cit*, p.11.

²⁰BERANGERL.M, CHEVALIER.M et LAUNAY.c, *Op.cit*, p.09.

²¹BERANGERL.M, CHEVALIER.M et LAUNAY.C, *Op.cit*, p.15.

Conclusion

Nous pouvons affirmer que la pratique de la bancassurance a prouvé son utilité, nul ne pourrait remettre en cause l'opportunité de ce choix. Néanmoins, la bancassurance n'est pas un concept figé, il doit être adapté aux réalités et aux spécificités de chaque pays pour que les résultats escomptés soient atteints.

Les guichets de la banque peuvent distribuer des produits d'assurance simple mais ne semble pas bénéficier d'un savoir-faire pour les fabriquer. Si la banque choisit de devenir assureur, elle doit remplir certaines conditions, elle doit cibler les produits qu'elle va proposer, puis elle doit contrôler ses coûts, son image de marque, le suivi des ventes et fidéliser sa clientèle.

La notion de bancassurance, telle qu'elle est assimilée aujourd'hui, décrit en général un bouquet étendu de services financiers se composant de plusieurs éléments à savoir l'épargne, la finance et l'assurance et parfois aussi, le conseil et dont chacun des fonctions était autrefois assumée par des institutions différentes clairement délimitées.

En résumé, la banque de nos jours est devenue en quelque sorte un super marché financier dans la mesure où le client peut trouver tout les produits bancaires et les services financiers dont il a besoin.

Introduction

Après l'ouverture économique des années quatre vingt dix, l'Algérie s'est vue contrainte de s'intégrer dans l'économie mondiale. Son système financier et plus particulièrement ses banques et ses compagnies d'assurance sont appelés à suivre l'évolution qui s'opère dans la sphère des services financiers et notamment en matière de la bancassurance.

La coopération entre les deux secteurs a été rendue possible par la promulgation en 2006 de la nouvelle loi sur les assurances, mais aussi par la signature en 2008 de la convention algéro-française dans le domaine des assurances, permettant ainsi l'installation des compagnies d'assurance françaises sur le marché algérien et la réalisation de partenariats avec des compagnies algériennes ainsi que le développement de divers formes d'assurance.

Dans ce chapitre nous essayerons de présenter la bancassurance en Algérie. Pour cela nous avons consacré la première section pour le cadre réglementaire, une seconde section pour l'évolution de la bancassurance en Algérie et la troisième pour les facteurs favorables au développement et aussi ses obstacles en Algérie.

Section 1 : Les secteurs assurantiels et bancaires en Algérie

Le secteur financier et bancaire joue un rôle marquant dans l'activité économique de chaque pays. En Algérie, ce sont les banques qui dominent en matière de financement en raison de faible niveau de développement des marchés financiers. Ajoutant à cela, les assurances qui ont pris une place remarquable dans la vie économique, avec leur relation bien établie avec l'ensemble des activités qui s'appuient sur elles.

Depuis l'indépendance les deux secteurs ont subis plusieurs réformes par les autorités, ces réformes ont contribué à la croissance et au développement des deux secteurs.

1.1. Aperçu sur le secteur algérien des assurances

Le marché des assurances en Algérie est passé par différentes étapes depuis l'indépendance. Plus de 160 compagnies d'assurances étaient présentes en Algérie le lendemain de l'indépendance.

En attendant la mise en place d'une réglementation spécifique, le législateur algérien a reconduit par la loi 06-157 du 21 décembre 1962, tous les textes afin de sauvegarder les intérêts de la nation, les compagnies étrangères ont laissé des engagements qui ont finalement été pris en charge par le marché algérien pour régler les indemnités de leurs assurés. Nous allons présenter les différentes périodes de l'évolution du secteur assurantiel en Algérie :

1.1.1. La période 1962-1989

Cette période a été caractérisée par une nationalisation et une spécialisation de l'activité d'assurance. Les compagnies d'assurances étrangères se sont vues notifier l'obligation de céder 10% de leurs portefeuilles au profit de la compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance (CAAR), créée en 1963.

Les compagnies étrangères ont refusé de céder à cette obligation. Et ils ont cessé toute activité d'assurance en Algérie. La CAAR, était la seule compagnie d'assurance Algéro- Egyptienne, qui a continué d'exercer ces activités avec la Société Tunisienne d'Assurance et de Réassurance (STAR), aux côtés de deux mutuelles d'assurance, l'une pour les risques agricoles et l'autre pour les travailleurs de l'enregistrement.

L'ordonnance n° 66-127 du 27 mai 1966 a institué le monopole de l'Etat sur toutes les opérations d'assurance. Les entreprises publiques nationalisées étaient la CAAR, spécialisée dans les risques transports et industriels, et la SAA pour les risques automobiles, l'assurance de personnes et les risques simples¹.

En 1975, la Compagnie Centrale de Réassurance (CCR) a été créée. Les compagnies d'assurance étaient dans l'obligation d'effectuer l'intégralité de leurs cessions au profit de la CCR. Une augmentation de la spécialisation a été entamée en 1982, avec la création de la Compagnie Algérienne d'Assurance Transport (CAAT) qui monopolisait les risques de transports prenant ainsi une part de marché à la CAAR qui monopolisait les risques industriels.

1.1.2. La période 1989-2006 : l'ouverture et la libéralisation du marché algérien des assurances

En 1989, l'apparition des textes relatifs à l'autonomie des compagnies publiques entraîne la déspecialisation. A compter de cette date, les sociétés ont pu souscrire dans toutes les branches. 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 de 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'assurance et permet la création de sociétés privées algériennes. Ce texte réintroduit les intermédiaires d'assurance (agent généraux et courtiers), disparus avec l'institution du monopole de l'Etat sur l'activité d'assurance².

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

- Le renforcement de l'activité d'assurance de personne ;
- 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'assurance ;

¹ACHOUCHE Mohamed, « *Revue sur l'évolution du secteur des assurances en Algérie, depuis l'indépendance* », avril 2000 ; p.234.

²ACHOUCHE Mohamed, *Op.cit*, p.235.

- 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'assurance et de réassurance étrangères³.

1.1.3. La période 2006-2013

- En 2008, le règlement définitif du consentement Algéro-française sur les assurances, qui remontait en 1966 lorsque le secteur des assurances a été nationalisé par l'Etat algérienne nouvellement indépendante.
- En 2009, publication dans le journal officiel de la république algérienne démocratique et populaire du décret exécutif n°09-375 du 16 novembre 2009, qui a fixé le capital social minimum des sociétés assurances et/ou de réassurance.
- En 2011, séparation du marché des assurances en deux grandes catégories des compagnies d'assurance, qui constitue une refonte structurelle devant permettre l'émergence d'un segment de marché dédié aux assurances de personnes.
- En 2012, le marché est composé de 22 compagnies d'assurance (dommages, personnes et mutuelles) et de réassurance dont la moitié relève du secteur public.
- En 2013, la commission de supervision des assurances a agréé dix (10) courtiers de réassurance étrangers.

1.2. Les intervenants dans 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).

En ce qui concerne les compagnies d'assurances, le marché algérien des assurances est organisé comme suit :

- L'assurance direct exercée par 10 compagnies à savoir : quatre entreprises publiques (SAA, CAAT, CAAR et CASH), et six entreprises privées (*Trust Algérie, CIAR, 2A, Salama assurances, GAM et alliances assurances*) ;
- Deux mutuelles : CNMA et MAATEC ;
- La réassurance pratiquée par la CCR ;
- Les assurances spécialisées exécrées par : la CAGEX pour l'assurance-crédit à l'exportation, et la SGCI, pour l'assurance-crédit immobilier⁴.

³ L'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995 complétée et modifiée par la loi n°06- 04 du 20 janvier 2006.

⁴ Guide des assurances en Algérie, édition 2015, p.19.

D'autres acteurs interviennent dans le marché algérien des assurances, à l'image des agents généraux, les courtiers et les banques :

1.2.1. Agents généraux

Sont des intermédiaires entre une société d'assurances et la clientèle, qui ont pour fonction la gestion et le management de la société. Plus de 560 agents généraux d'assurance interviennent en dehors de réseaux directs des compagnies pour une distribution de proximité. Ils représentaient en 2010 plus 20% de la production d'assurance. Ces sociétés, surtout privées, travaillent d'avantage avec des agents généraux qu'avec leurs propres salariés. C'est le cas de la CIAR dont 75% du chiffre d'affaire est réalisé par les agents généraux, en 2012, 797 agents généraux exerçaient sur le marché algérien l'équivalence de 43% du réseau de distribution⁵.

1.2.2. Les courtiers

Sont des commerçants indépendants, qui servent d'intermédiaire dans une opération commerciale entre en compagnie d'assurance et le client. Les courtiers sont au nombre de 30, exclusivement nationaux car la loi interdit aux courtiers internationaux d'exercer directement leurs activités. Les courtiers représentent, en 2010, 6% de la production des compagnies contre 2% en 2002.

Le chiffre moyen généré par les courtiers a été de 82% millions de dinars en 2006⁶, très supérieur à la moyenne des points de vente. Ceci s'explique par le fait que les courtiers interviennent d'avantage dans les entreprises où les primes moyennes des contrats sont plus élevées.

1.2.3. Les banques

L'Algérie s'est ouverte à la bancassurance en vertu de la loi 06-04 du février 2006, qui a favorisé la distribution des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés.

Il faut savoir que la bancassurance est une forme d'intermédiation qui permet à l'assureur de distribuer ses produits par l'intermédiaire des banques. Les produits d'assurance concernés sont limités à cette liste :

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

⁵ Guide des assurances en Algérie, *Op.cit*, p.21.

⁶ *Idem*, p.23.

1.2.4. Les institutions autonomes

Les institutions autonomes se composent de : le Conseil National des Assurances, la Commission de Supervisions des Risques, la Centrale des Risque, le fond de garantie des assurés, l'union Algérienne des sociétés d'assurance et de réassurance.

▪ Le conseil national des assurances (CNA)

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

- Les assureurs et intermédiaires d'assurance ;
- Les assurés ;
- Les pouvoirs publics ;
- Le personnel exerçant dans le secteur⁷.

Le conseil est présidé par le ministre des finances, il représente l'organe consultatif des pouvoirs publics sur tous ce qui rapporte à la situation, l'organisation et au développement de l'activité de l'assurance. Il se prononce sur tout projet de texte législatif ou réglementaire concernant l'activité d'assurance.

▪ La commission de supervision des assurances

Le contrôle de l'Etat sur l'activité d'assurance et réassurance est exercé par la commission de supervision des assurances.

Elle a pour objet de :

- Protéger les intérêts des assurés et bénéficiaires de contrat d'assurance, en veillant à la régularité des opérations d'assurance ainsi que la solvabilité des sociétés d'assurance ;
- Promouvoir et développer le marché national des assurances en vue de son intégration dans l'activité économique et sociale⁸.

▪ La Centrale des Risques (CR)

La centrale des risques est créée par le ministère des finances, elle est attachée à la structure chargée des assurances. Elle collecte et centralise les informations relatives aux contrats d'assurances souscrits auprès des sociétés d'assurance et réassurance et les succursales d'assurance étrangères⁹.

▪ Le Fond de Garantie des Assurés (FGA)

Ce fond a pour charge de supporter, en cas d'insolvabilité des sociétés d'assurance, toute ou une partie des dettes envers les assurés et les bénéficiaires des contrats d'assurance.

⁷ Guide des assurances en Algérie, *Op.cit*, p.15.

⁸ *Idem* ; p.29.

⁹ *Idem*, p.30.

▪ L'Union Algérienne des sociétés d'Assurances et de Réassurances (UAR)

L'union algérienne de sociétés d'assurance et de réassurance représente les assureurs algériens et défend leurs intérêts moraux et économiques.

2. Aperçu sur le secteur algérien des banques

Comme pour le secteur des assurances, le système financier et bancaire algérien s'est constitué en deux étapes principales. La première étape a consisté en la mise en place d'un système bancaire nationale, la seconde la libéralisation du secteur bancaire public vers un secteur privé.

2.1. Un système bancaire public

Dès décembre 1962, l'Algérie se dote des instruments juridiques et institutionnels nécessaires à l'établissement de sa souveraineté monétaire. Cela se traduit par la création d'une monnaie nationale, le Dinar Algérien, et par la création de la Banque Nationale d'Algérie.

Pour financer le développement économique du pays, l'Algérie va opérer progressivement une nationalisation d'un secteur bancaire et financier qui, jusqu'à la fin des années 1960, et encore largement composé d'opérateurs privés et étrangers. Au terme de la période 1989, le secteur devient exclusivement public est spécialisé¹⁰.

2.2. Le monopole de l'Etat

Dans le cadre de ce monopole, la gestion du secteur revient au trésor public et à l'organe de planification. Cela concerne aussi bien la banque centrale que les banques primaires, le taux d'intérêt bancaire est déterminé par l'Etat.

La période se caractérise également par le fait que les banques et établissements financiers sont des instruments au service exclusif du développement économique des entreprises publiques en particulier. Cela se concrétise par le soutien des entreprises publiques ayant une gestion déficitaire.

2.3. La privatisation du secteur

En 1988, l'Etat procède à une vaste restructuration des grandes entreprises publiques, banques comprises. Ces dernières sont transformées en sociétés par actions, aux règles du code de commerce. Deux nouvelles banques publiques sont créées, la Banque de

¹⁰ Guide des banques et établissements financiers en Algérie, édition 2015, p.07.

l'Agriculture et de Développement Rural (BADR) et la Banque de Développement Locale (BDL), issues respectivement du démembrement de la BNA et du CPA¹¹.

La libéralisation du secteur en marche est concrétisée par la loi relative à la monnaie et au crédit, abrogeant la loi sur le régime des banques de 1986 modifiée et complétée. La nouvelle loi traduit l'orientation résolue du gouvernement pour l'économie de marché. Le législateur entend ouvrir largement le secteur bancaire à l'investissement privé, national et étranger.

2.2.1. La loi n°90-10 du 14 avril relative à la monnaie et au crédit

Cette loi de 1990 va constituer, du nouveau système bancaire algérien. Les mesures les plus déterminantes sont sans aucun doute, l'ouverture de l'activité bancaire au capital privé national, mais aussi étranger et la libre détermination des taux d'intérêt bancaire par les banques sans interventions de l'Etat.

La loi a réhabilité la banque centrale dans ces missions, réorganise les missions entre cette dernière et le trésor, redéfinit le rôle des banques et introduit des standards internationaux dans la gestion de la monnaie et le crédit. La loi crée des nouveaux organes autonomes et place le principe de commercialité comme mode de gouvernance des banques. La loi de 1990 consacre les principes suivants :

- L'autonomie de la banque centrale qui devient la banque d'Algérie ;
- La régulation du système bancaire par des autorités administratives indépendante ;
- La séparation entre l'autorité de réglementation et d'agrément des banques et l'autorité de supervision¹².

La réforme bancaire a été menée concurremment avec la promulgation d'autres lois, qui ont soutenu le mouvement de libéralisation du secteur économique, comme par exemple la loi des finances pour 1994 qui autorise l'ouverture des entreprises publiques économiques aux capitaux privés nationaux ou étrangers tout en abrogeant le plafond pour le pourcentage majoritaire de l'Etat à 51% du capital.

2.2.2. L'ordonnance n° 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit

L'ordonnance n°03-11 a pour objet de consolider le système et abroge la loi sur la monnaie et le crédit de 1990. Le nouveau texte reprend cependant, dans une large mesure, ses dispositions.

¹¹ Guide des banques et établissements financiers en Algérie, *Op.cit*, p.09.

¹² La loi n°90-10 du 14 avril relative à la monnaie et au crédit.

La volonté de législateur est alors de porter plus loin la libéralisation établie par la loi de 1990. L'ordonnance introduit de nouveaux principes et définit le secret professionnel, les charges et les mouvements de capitaux, la protection des déposants. L'objectif de l'ordonnance est de renforcer la sécurité financière, améliorer nettement le système de paiement et la qualité du marché. L'ordonnance relative à la monnaie et au crédit de 2003 modifiée est complétée en 2010, reprend les dispositions pour les faire appliquées au secteur bancaire¹³.

2.2.3. L'ordonnance n°10-04 du 26 août 2010 relative à la monnaie et au crédit

Les principales mesures citées dans cette ordonnance sont les suivantes :

- La banque d'Algérie a pour mission de veiller à la stabilité des prix et doit établir la balance des paiements et présenter la position extérieure de l'Algérie ;
- Les banques ont l'obligation de mettre en place un dispositif de contrôle interne et de contrôle de conformité. Dans ces derniers cas, il s'agit d'une conformité aux lois et règlements et du respect des procédures ;
- Toute cession d'actions ou titres assimilés d'une banque ou d'un établissement financier doit être autorisée préalablement par le gouverneur de la banque d'Algérie dans les conditions prévues par un règlement pris par le conseil de la monnaie et de crédit ;
- L'Etat dispose d'un droit de préemption sur toute cession d'action ou de titres assimilés d'une banque ou d'un établissement financier ;
- L'Etat tiendra une action spécifique dans le capital des banques et des établissements financiers à capitaux privés ;
- Les participations étrangères dans les banques ne peuvent être autorisées que dans le cadre d'un partenariat dont l'actionnariat national résident représente 51% au moins du capital ;
- La banque d'Algérie organise et gère une centrale des risques des entreprises, une centrale des risques des ménages et une centrale des impayées¹⁴.

D'autres mesures ont été introduites visant au renforcement du cadre institutionnel, au renforcement du contrôle des banques et des établissements financiers, à la protection de la clientèle et à la qualité de prestations bancaires, notamment en renforçant les obligations des banques primaires vis-à-vis de leurs clients ou encore en affirmant le principe de droit au compte.

¹³ L'ordonnance n° 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

¹⁴ L'ordonnance n°10-04 du 26 août 2010 relative à la monnaie et au crédit.

2.3. Les acteurs du système bancaire et financier en Algérie

La liste des banques et des établissements financiers agréés établie par la banque d'Algérie est annuellement publiée au journal officiel. 27 banques et établissements financiers sont en activité : 20 banques ; 6 banques publiques, 14 privés, et 7 établissements financiers.

Ainsi, le marché bancaire algérien depuis son ouverture a vu l'arrivée des banques privées locales et étrangères. Actuellement, le secteur bancaire algérien est composé de six banques publiques : la Banque Extérieure d'Algérie (BEA) 1967, la Banque Nationale d'Algérie (BNA) 1966, le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) 1966, la Banque de Développement Local (BDL) 1985, la Banque de l'Agriculture et le Développement Rural (BADR) 1982, la Caisse National d'Epargne et de Prévoyance (CNEP-Banque) 1964.

Les institutions financières privées sont : Natexis Algérie, Société Générale Algérie, BNP Paribas Al Djazzair, Algeria Gulf Bank, etc¹⁵.

¹⁵ Guide des banques et établissements financiers en Algérie, op.cit, p.13.

Section 2 : Les conventions de la bancassurance en Algérie

Après l'adoption de la loi 06-04 du 20 février 2006 sur la bancassurance en Algérie autorisant la distribution des produits d'assurance par les banques, ces dernières ont été tenues de proposer un accord de partenariat avec un assureur.

En fait, la démarche a été inaugurée en 2008 par les banques publiques algériennes, elle a été marquée tout d'abord par la convention permettant aux compagnies françaises de revenir investir en Algérie, mais aussi, par des conventions signées entre banques algériennes et compagnies d'assurances.

2.1. La naissance de la bancassurance en Algérie

L'arrêté du 20 février 2008 publié au journal officiel de la république Algérienne du 30 mars fixant les modalités d'ouverture des succursales de sociétés d'assurance étrangères en Algérie permettant d'envisager l'implantation durable de sociétés étrangères et de nouvelles perspectives pour le secteur d'assurance. Ce texte de l'article 252 du journal officiel de la république algérienne N°59 du 30 mars 2008 a complété les dispositions antérieures qui autorise déjà l'installation de bureaux de représentation et de filiale de sociétés étrangères.¹⁶

L'arrêté du 22 rajab 1428 correspond au 6 août 2007, fixant les produits d'assurance pouvant être distribués par les banques et assimilés ainsi que les niveaux maximum de la commission de distribution. Cette arrêté a autorisé les banques à distribué certains produits d'assurance ouvrant la porte de la bancassurance en Algérie.

Les compagnies d'assurance ont depuis longtemps fourni aux banques les garanties clientèles et l'activité bancaire en général, de leur côté les banques constituent une source de placement des ressources collectés. Le degré de rapprochement entre banques et compagnies d'assurance apparaît en analysant d'une part des liens capitalistiques (le rendement de profit réalisé par les banques et les assurances) entre les deux entités matérialisées par les prix de participation et d'autre part le degré de coopération dans la distribution.

Cette convention autorise désormais les compagnies d'assurance et les banque à conclure des conventions particulière pour déférents produits notamment l'assurance personne, l'assurance crédit, l'assurance risque habitation et risque agricole.

¹⁶ JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N°59, le 22 Rabie El Aouel 1429/ 30 Mars 2008.p.22.

2.2. Références législatives et procédures de mise en place de la bancassurance en Algérie

La bancassurance en Algérie est régie par :

- L'ordonnance n°95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances modifiée et complétée par la Loi 06-04 du 20 février 2006, articles 252, Jo n°15 du 12 mars 2006 ;
- Décret exécutif n°07-153 du 22 mai 2007 fixant les modalités et conditions de distribution des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution, Jo n°35 du 23 mai 2007 ;
- L'arrêté du 06 août 2007 fixant les produits d'assurances pouvant être distribués par les banques, établissements financiers et assimilés ainsi, que les niveaux maximum de la commission de distribution, Jo n°59 du 23 septembre 2007 ;
- Décret exécutif n°02-293 du 10 septembre 2002 modifiant et complétant le décret exécutif n°95-338 du 30 octobre 1995 relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurance, Jo n°61 du 11 septembre 2002 ;
- Arrêté du 20 février 2008 fixant le taux maximum de participation d'une banque ou d'un établissement financier dans le capital social d'une société d'assurance et/ou de réassurance, Jo n°17 du 30 mars 2008¹⁷.

2.3. Procédures de mise en place de la bancassurance

2.3.1. Conditions de distribution

Conformément à l'article 252 de l'ordonnance n°95-07, les sociétés d'assurance peuvent distribuer certains types de leurs produits par l'entremise des banques, des établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution.

2.3.2. La convention

- Les sociétés d'assurance agréés peuvent présenter sur la base d'une ou de plusieurs conventions de distribution des opérations d'assurance, par l'intermédiaire des banques ;
- La compagnie d'assurance doit soumettre à la commission de supervision des assurances, toute convention de distribution conclue entre elle et l'un des organismes financiers ;
- La convention de distribution-type régissant la relation entre la compagnie d'assurance et la banque ou l'établissement financier est établie par l'association des assureurs.

¹⁷ Conseil National des Assurances, « *Revue de presse sur la bancassurance* », janvier 2017, p.13.

2.3.3. La formation

Les organismes bancaires et établissements financiers optent pour la formation des agents souscripteurs qui devraient être diplômés, et cela à travers des stages concernant les opérations de distributions des produits d'assurance, ainsi, la délivrance d'une attestation et une carte professionnelle indiquant les produits pour lesquels ils sont habilités à souscrire¹⁸.

2.3.4. Les produits distribués

Afin de mettre en place une stratégie de bancassurance, la conception des produits doit être fondamentalement revue en prenant en considération la faible technicité du réseau, car il est nécessaire de lui fournir des produits simples et proches du service bancaire. En effet, les produits d'assurance sont distribués par les banques qui agissent en qualité de mandataires des sociétés d'assurance¹⁹.

Les produits de bancassurance prévus par la nouvelle législation algérienne comprennent les branches suivantes :

- Branches d'assurance de personnes : accidents, maladies, assistance, vie décès et capitalisation ;
- Assurance crédits ;
- Assurance des risques simples d'habitations ;
- Multirisques habitation ;
- Assurance obligatoire des risques catastrophiques ;
- Assurances risques agricoles.

2.3.5. La rémunération

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

Dans le tableau suivant nous allons présenter les produits de distributions et leurs taux de commissions.

¹⁸ Conseil National des Assurances, op.cit, p.10.

¹⁹ Conseil National des Assurances, op.cit, p.10.

Tableau N°01 :Taux maximum de commissions reçues par les banques sur chaque produit

Produits distribués	Commissions
Assurances de personnes	40% de la première prime et 10% de capitalisation des primes annuelles suivantes durant toute la durée du contrat.
Autres branches d'assurance de personnes	15%
Assurances crédits	10%
Assurances des risques simples d'habitation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Multirisques habitation 32%. ▪ Assurance obligatoire des risques catastrophiques 5%.
Assurance risques agricoles	10%

Source : Conseil National des Assurances(CNA).

Nous constatons à partir de ce tableau que 50% des commissions sont gagné par les assurances de personnes, 10% par les assurances crédits, 32% par les assurances des risques simples d'habitation dont 5% sont gagné comme assurance obligatoire des risques catastrophiques, 10% des commissions par les assurances des risques agricoles et les 15% qui restent par des autres branches d'assurance de personnes.

2.3. Les différents accords de partenariats existants en Algérie

2.4.1. La convection CNEP-Banque / Cardif El Djazair

La caisse nationale d'épargne et de prévoyance (CNEP-Banque) a conclu un accord de bancassurance avec CARDIF El Djazair (filiale de BNP Paribas assurance) le 25 mars 2008, mais l'activité a débuté officiellement en 2009. Depuis le lancement de cette activité jusqu'à 2016 la CNEP-banque a enregistré 190828 souscripteurs indique le bilan de cette banque qui fournit trois produits d'assurance :

- **Assurance des emprunteurs (ADE)** avec 95978 assurés à la fin de 2016 cette forme d'assurance, destinée aux particuliers qui sont bénéficiaires de crédit hypothécaires, couvre les risques de décès et d'invalidité absolue et définitive ;
- **CNEP total prévoyance (CTP)**, il garantit aux souscripteurs ou à ses ayants droits à un capital d'adhésion et couvre aussi les risques décès et invalidité absolue ou définitive, elle est proposée aux personnes âgées de 40 à 60 ans, cette forme de prévoyance a attiré 76780 clients jusqu'à la fin 2016 ;
- **SAHTI** lancé en 2013 est un produit d'assurance santé qui garantit le versement d'un capital à l'assuré en cas d'hospitalisation. Cette forme de bancassurance comptait 18100 souscripteurs à la fin de 2016, ce produit est proposé en deux formules : l'individuelle qui couvre l'adhérent, et la familiale ainsi son conjoint et les enfants de moins de 19 ans²⁰.

²⁰ Conseil National des Assurances, *Op.cit*, p.27.

2.4.2. La convention BDL / SAA

La Banque de Développement Local (BDL) et la Société Nationale d'Assurance (SAA) ont signé le 19 avril 2008 un accord de partenariat de bancassurance, l'accord porte sur la distribution des produits d'assurance de la SAA par le réseau de la BDL²¹. Le partenariat couvre les assurances de personnes (prévoyance, retraite complémentaire, décès,...), qui a été commercialisé dans laquelle le Macif détient 34% et il assure le management. La présidence du conseil d'administration est confié aux actionnaires algériens, il ya aussi les risques particuliers (multirisques habitations, assurance catastrophe naturelle) et enfin l'assurance agricole. Il faut signaler aussi que le choix de la BDL n'est pas un hasard, le patrimoine de la BDL est assuré par la SAA.

2.4.3. La convention BADR / SAA / AMANA

La Société Nationale d'Assurance (SAA) et la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) ont signé le 20 avril 2008 une convention de partenariat dans le cadre de la bancassurance. Cette convention porte sur la vente à travers le réseau de la BADR des produits d'assurance proposés par la SAA.

Les produits concernés par cet accord sont les produits d'assurance des risques agricoles ayant trait à l'incendie des récoltes, la grêle et les multirisques des terres, les jeunes plantations ainsi que les différents types d'élevage. Les assurances de personnes et de risques habitation sont également prévues dans l'offre de la bancassurance proposée par la BADR. Par cet accord la BADR bénéficiera d'une rémunération par la SAA qui lui versera une commission sur les encaissements des primes d'assurance, pour assurer une bonne commercialisation de ses produits d'assurance²².

De plus la BADR a un deuxième contrat de bancassurance avec AMANA assurances qui est une filiale d'assurance vie, créée en partenariat par la SAA, l'assureur français MACIF, la BADR et la BDL. En décembre 2012 le Ministère des Finances a donné son aval afin que les compagnies d'assurances de personnes puissent conclure des conventions de distributions. Le nombre des opérations de bancassurance est assez respectable, a titre d'illustration jusqu'à la fin juin 2016 la banque a vendu pratiquement 28000 contrats d'assurances avec la SAA, et 10000 contrats d'assurances des personnes notamment l'assurance voyage, construction, etc., avec AMANA. Le montant de primes collectées dépasse 1.2 milliard de dinars.

²¹ Document formation BDL, histoire SAA, mars 2015.

²² Article « Bancassurance SAA et BADR signent une convention », Le Maghreb : Le Quotidien de l'Economie, 21 avril 2008.

2.4.4. La convention BNA / AGLIC

La Banque Nationale d'Algérie (BNA) et la compagnie d'assurance AGLIC (Algerian Gulf Life Insurance), ont lancé officiellement en juillet 2017 la pratique de la bancassurance au sein des agences de la BNA, elle a été choisie en raison d'abord de sa qualité d'actionnaire d'AGLIC à raison de 15% et de la configuration et de la répartition de ses agences situées dans des régions urbaines²³.

Elles s'engagent à distribuer les produits d'assurance d'AGLIC qui concernent les particuliers tels que l'Assurance Décès Emprunteur (ADE) qui contient (assurance immobilier, assurance crédit à la consommation : Auto, confort. Mais doivent être fabriqués en Algérie), avec 5190 souscripteurs jusqu'à septembre 2018, l'Assurance Voyage et Assistance (AVA) 3845 souscripteurs à la fin de septembre 2018, et l'assurance WARDA aucun souscripteur jusqu'à nos jours, une assurance qui accompagne la femme algérienne en cas de diagnostic du cancer du sein, depuis le lancement de cette activité jusqu'à septembre 2018 la BNA a enregistré 9035 souscripteurs indique le bilan de cette banque.

2.4.5. Le partenariat BEA / CAAR / CAAT

La Banque Extérieure d'Algérie (BEA) a signé deux accords de coopération le 11 mai 2008 avec la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurances (CAAR) et la Compagnie Algérienne des Assurances Transport (CAAT). Les deux importantes initiatives permettront aux deux assureurs la distribution de leurs produits d'assurance vie et assurance dommage à travers les guichets de la BEA. Ces accords visent en fait un double objectif le premier réside dans la densification du réseau de distribution des assurances et le second objectif moins important vise à diversifier les sources de revenu de la banque.

2.4.6. Le partenariat CPA / CAAR

Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA) et la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance (CAAR) a lancé le 01 juillet 2009 une opération de distribution des produits de bancassurance, prévue par une convention signée le 20 mai 2008. Le lancement de cette opération a été conclu par la signature d'une police d'assurance multirisque habitation, assurance groupe, assurance accident, assurance voyage, qui sont disponibles initialement au niveau d'une agence CPA et des différents produits de la CAAR à savoir l'assurance catastrophe naturelle, temporaire au décès ainsi que l'assurance crédit.

²³ M.HADDOUCHE Saïd, directeur général d'AGLIC, Revue « *L'ASSURANCE* », N°14, *Op.cit*, p.32.

2.4.7. La convention Société Générale Algérie / AXA

AXA Assurance Algérie et Société Générale Algérie ont signé une convention de collaboration en 2012, pour le développement de la bancassurance. L'arrêté du 6 août 2007 fixe clairement les produits de bancassurance pouvant être distribués par le canal bancaire à savoir assurance des personnes, accidents, maladie, assistance, vie-décès.... Assurance crédits, assurance des risques simples d'habitation, et risques agricoles. L'activité a généré un encaissement de primes ayant dépassé la barre de 2 milliard de dinars ainsi une croissance de plus de 27% depuis son lancement²⁴.

2.4.8. La convention AL Baraka / Salama Assurance

Dans le but de diversifier leurs produits, Salama Assurances Algérie et Al Baraka Banque signent une convention de partenariat, l'activité a commencé en mois de septembre de l'année 2010. Les clients de la banque peuvent souscrire aux différentes formules d'assurance sur place²⁵.

La banque commercialise deux produits d'assurance, l'assurance catastrophe naturelle qui s'adresse aux ménages et aux locaux commerciaux industriels et la multirisque habitation qui touche essentiellement les biens immobiliers des particuliers, les deux produits d'assurance seront commercialisés selon le principe de « *takaful* ».

2.4.9. La convention BNP PARIBAS / CARDIF

En partenariat avec Cardif, BNP Paribas El Djazair a lancé en 2009 en exclusivité la toute première formule d'assurances prévoyances disponible sur le marché de la bancassurance en Algérie²⁶, l'accord prévoit un partenariat global de bancassurance portant sur l'ensemble des produits d'assurance de personnes, d'assurance vie, d'épargne et de protection, avec le lancement de la bancassurance de deux types de produits destinés aux particuliers et aux professionnels.

2.4.10. La convention Trust bank / Trust assurance

TRUST BANK ALGERIA est membre du Groupe « *Nest Investissements Holding Ltd* » conforte sa présence en Algérie à travers 05 entreprises à savoir Trust Algeria Assurance, dont l'activité a démarré en avril 2003.

Trust Bank a signé une convention avec Trust Assurances dont elle détient 14% de ses fonds propres, pour assurer à sa clientèle une proximité supplémentaire et s'assurer une

²⁴ GUILLAUD Pascal, directeur pôle commercial retail et multicanal à la Société Général Algérie, Revue de « LASSURANCE », op.cit. p.37.

²⁵ <https://www.albaraka-bank.com>

²⁶ Bnpparibas, site officiel de la banque, www.bnpparibas.dz, consulté le : 13 mai 2018 à 15h40.

présence dans toutes les agences de la banque²⁷. Les produits distribués dans le réseau bancaire sont les multirisques habitations et l'assurance catastrophes naturelles.

Nous avons résumé l'ensemble de ces conventions dans le tableau suivant afin de démontrer les différents produits commercialisés et leurs nombres de souscription et montant encaissé.

Tableau N°02 : Les principaux accords signés entre les banques et les compagnies d'assurances

Banques et conventions	Année	Produits commercialisés	Nombres de souscripteurs
CNEP/CARDIF	Mars 2009	<ul style="list-style-type: none"> Assurance des emprunteurs (ADE) ; CNEP total prévoyance(CTP) ; SAHTI. 	<ul style="list-style-type: none"> 95978 ADE 76780 CTP 18100 SAHTI
BDL/SAA	Avril 2008	<ul style="list-style-type: none"> Assurances de personnes (prévoyance, retraite complémentaire, décès...). 	/
BADR/SAA/AMANA	Avril 2008	<ul style="list-style-type: none"> Assurance risques agricoles ; Assurance de personnes et de risque habitation ; Assurance voyage. 	<ul style="list-style-type: none"> 28000 avec la SAA ; 10000 avec AMANA ; Primes collectées dépassent 1.2 milliard de dinars
BNA/AGLIC	Juillet 2017	<ul style="list-style-type: none"> Assurance voyages et assistance Assurance décès Emprunteur (immobilier, consommation, auto, confort) Assurance WARDA 	<ul style="list-style-type: none"> 5190 ADE ; 3845 AVA ; 0 WARDA.
BEA/CAAR/CAAT	Mai 2008	<ul style="list-style-type: none"> Assurance vie ; Assurance dommage. 	/
CPA/CAAR	Mai 2008	<ul style="list-style-type: none"> Assurance multirisque habitation ; Assurance groupe ; Assurance accident ; Assurance voyage ; Assurance catastrophe naturelle ; Temporaire au décès ; Assurance crédit. 	/
S.G.AL/AXA	2012	<ul style="list-style-type: none"> Assurance de personnes ; Assurance accidents ; Assurance maladies ; Assurance voyage ; Assurance vie-décès ; Assurance crédits ; Assurance risque simple d'habitation ; Assurance agricole. 	<ul style="list-style-type: none"> Prime encaissée dépasse la barre de 2 milliard de dinars ; Une croissance de plus de 27% depuis son lancement.
AL BARAKA/SALAMA Assurance	2010	<ul style="list-style-type: none"> Assurance catastrophe naturelle ; Assurance multirisque habitation. 	/
BNP PARIBAS/CARDIF	2009	<ul style="list-style-type: none"> Assurance de personnes ; Assurance vie ; Assurance d'épargne et de protection. 	/
TRUST Bank/TRUST Assurance	Avril 2003	<ul style="list-style-type: none"> Assurance multirisques habitations ; Assurance catastrophe naturelles. 	/

Source : élaboré nous même à partir des données collectées.

²⁷ Trust assurance, site officiel de la compagnie d'assurance, www.trust-assurance.dz , consulté le : 13 mai 2018 à 16h00.

Section 3 : Le développement de la bancassurance en Algérie et ces obstacles

Cette section sera réservée aux facteurs de croissance de la bancassurance en Algérie, à son développement, ainsi, aux obstacles entravant son évolution et aux recommandations.

3.1. Les principales raisons qui entravent le rapprochement des activités de banque et assurance en Algérie

- Concurrence accrue entre les banques, saturation de leurs marchés et baisse des marges d'activité due à la concurrence sur les prix. Les banques ont donc cherché à diversifier leurs sources de revenus en déployant d'autres activités ;
- Les décisions des législateurs sur la fiscalité incitative des produits d'épargne longue en assurance vie ;
- La recherche de plus d'efficacité et de compétitivité se traduisant au final par une baisse des coûts, donc des prix et un meilleur service à la clientèle ;
- L'informatisation et la mise en place de la monétique ont poussé les banques à élargir leur domaine d'activité, l'adjonction d'une activité d'assurance leur permettait d'utiliser le même réseau d'agences pour mieux le rentabiliser et vendre plus de produits à chaque client²⁸.

3.2. Le développement de la bancassurance en Algérie

Cette volonté de réussite s'est manifestée à travers la multiplication des accords de distribution et de partenariat entre banques et sociétés d'assurances. C'est ainsi que 26 conventions de bancassurance ont été signées en 2015 contre 21 en 2012. Le nombre des agences bancaires qui commercialisent ce produit passe à 540 agences à fin 2015, alors qu'il était de 459 en 2012.

La bancassurance offre beaucoup d'avantages. En fait, il y a lieu de retenir que la bancassurance permet aux clients de la banque de souscrire à des produits bon marché, parce qu'il s'agit d'une distribution large qui pousse les compagnies à consentir une tarification très compétitive. La banque négocie avec la compagnie d'assurance partenaire ce que nous l'appelons la vente de masse, qui lui permet de réduire les prix au maximum, contrairement à la vente individuelle.

Tout comme partout ailleurs, le développement de la bancassurance en Algérie n'a pas encore atteint le niveau escompté, mais les assureurs ont bien compris l'intérêt de distribuer leurs produits via des partenaires bancaires.

²⁸ Conseil National des Assurances, *Op.cit*, p.06.

La bancassurance est un segment qui se développe chaque année et qui a un fort potentiel, d'où son intégration dans les plans stratégiques de développement des assureurs. Désormais, les banquiers et les assureurs travaillent ensemble par des partenariats, d'ailleurs une bonne partie du chiffre d'affaires de certains assureurs provient désormais des réseaux bancaires partenaires.

D'un point de vue institutionnel, le cadre mis en place en Algérie, permet d'opérer les activités de bancassurance à l'identique que dans des pays plus mûrs économiquement. D'un point de vue opérationnel, les dispositifs mis en place entre les établissements bancaires et les compagnies d'assurance, vont dans le bon sens et les résultats liés à l'activité de bancassurance (aussi bien dans les comptes de résultats des banques que dans celui des compagnies d'assurance) montrent que le potentiel est important.

Néanmoins, le modèle algérien est contraint par une spécificité forte de l'économie algérienne à savoir la faiblesse actuelle de son secteur financier. Au-delà d'une activité d'intermédiation bancaire forte, la bancassurance, et plus généralement le secteur des assurances, a besoin pour se développer d'un marché financier volumineux et dynamique afin d'offrir des débouchés en termes d'investissement et donc, de placement et d'épargne.

En effet, le dynamisme affiché par cette activité a généré un encaissement de primes ayant dépassé la barre de 2,4 milliards de dinars, réalisant, de ce fait, une croissance de 30,9%, soit une plus-value de 556 millions de dinars par rapport à l'année 2012. L'extension du réseau bancaire de distribution, la signature de nouveaux contrats et le lancement de nouveaux produits sont à l'origine de cette performance.

Les chiffres confirment, aussi, la prédominance des sociétés d'assurance de personnes qui totalisent 88,4% des parts de ce marché de bancassurance en 2012 et 84,3% en 2015. Malgré ce recul, dû notamment aux sociétés d'assurance dommages qui ont vu leur chiffre d'affaires bondir de 92%, le taux de croissance des sociétés d'assurance de personnes reste conséquent en affichant +19,3% en 2015. Le leader de la bancassurance Cardif Al-Djazair, qui ne représente plus que 80,9% de parts de ce marché, contre 82% une année auparavant. Il faut aussi souligner que de nombreuses sociétés d'assurances de dommages n'ont pas encore investi dans ce créneau, préférant, pour l'instant, la distribution de leurs produits via les réseaux traditionnels (agences directes, AGA et courtiers).

La forte progression enregistrée sur le marché de la bancassurance indique la capacité des banques à attirer l'épargne des ménages qui est en constante augmentation.

Les dépôts, à vue et à terme en dinar des ménages auprès des banques ont progressé, selon la dernière note de conjoncture de 2015, de la Banque d'Algérie, respectivement de 7,16% en 2015 et de 13,8% en 2012.

Le marché de la bancassurance reste extrêmement porteur, surtout en termes d'assurance de personnes, tant par la densité du réseau bancaire que par la réglementation en vigueur qui favorise la synergie entre banquiers et assureurs. Cette association peut présenter des atouts non négligeables en permettant aux banquiers d'améliorer leur rentabilité. L'innovation et/ou le lancement de nouveaux produits sont, là aussi, une autre piste pour tirer parti de ce potentiel surtout que la conjoncture actuelle le favorise largement.

La stabilité de la demande d'épargne financière des ménages, la diminution des tensions inflationnistes et de la résorption d'une partie du chômage (qui passe de 11% en 2012 à 10,9% en 2015, selon l'ONS) sont autant de facteurs plaidant en faveur de la mise en place d'un modèle de bancassurance en Algérie²⁹.

3.3. Les obstacles au développement de la bancassurance en Algérie

L'activité de la bancassurance souffre de quelques menaces qui bloquent son développement en Algérie, on a réussi à constater quelques obstacles que nous pouvons citer ci-dessous :

- un nombre important de la population possède un niveau de connaissance limité concernant les produits distribués par les guichets de la banque. Les agences bancaires rencontrent des problèmes pour convaincre la clientèle pour souscrire aux différents produits d'assurance à cause de l'insuffisance de la publicité et le manque de confiance des clients sur l'assurance ;
- Le manque d'information sur les produits d'assurance offerts au niveau des agences bancaires, les produits restent chers surtout avec la baisse de pouvoir d'achat ;
- La majorité des établissements bancaires et les sociétés d'assurance ne détiennent pas un système d'information performant, l'absence d'interconnexion entre les agences de la même banque, de même pour les sociétés d'assurances, cela engendre des difficultés de transmission des informations, ainsi une faiblesse d'automatisation des opérations de bancassurance ;

²⁹ Conseil National des Assurances, *Op.cit*, p.55.

- Manque d'information et de publicité sur la bancassurance, du côté des sociétés d'assurance influencent sur la commercialisation de leurs produits au niveau des banques cela freine le développement de la bancassurance en Algérie;
- Un problème pour convaincre les clients à obtenir les produits d'assurance de personne et les produits d'assurance vie. Une partie importante des produits d'assurance distribués par la banque sont des assurances obligatoires, les clients demandent de souscrire au contrat d'assurance, parce qu'ils sont dans l'obligation de le faire, ce qui bloc l'essor et la connaissance des autres produits d'assurances ;
- Obstacles religieux : intérêt bancaire concéderait comme usure, ce qui empêche les croyants de s'adresser aux banques, donc freinant l'activité de bancassurance ;
- La formation de personnel qui n'est pas suffisant en termes de durée et de continuité.
- L'absence de culture de l'assurance dans le pays et le facteur religieux, les algériens ne se soumettent dans un produit d'assurance que lorsqu'il devient une pièce administrative importante, comme par exemple dans le dossier de vente d'un bien immobilier où le notaire exige l'assurance contre les catastrophes naturelles avant la signature de tout contrat ; ou bien dans l'assurance automobile, voyage, assurance des personnes....
- Les banques algériennes n'ont pas une bonne image auprès de tous les clients algériens à cause notamment des scandales bancaires passés, entre 2003 et 2006, 9 banques et établissements financiers ont vu le retrait de leur agrément pour diverses raisons ;
- D'autres part, les compagnies d'assurance n'inspirent pas confiance aux clients algériens c'est à cause de leurs mauvais règlements des sinistres ;
- Le pouvoir d'achat du consommateur : les conjonctures économiques actuelle du pays et la dévaluation du dinar qui se fait d'année en année font que les consommateurs algériens ont un pouvoir d'achat faible, avec ce dernier le consommateur cherche qu'a couvrir ses besoins de subsistance, c'est pourquoi il ne peut pas envisager de le dépenser dans des produits d'assurance;
- Absence de politique de marketing : les banques et les compagnies d'assurance algériennes ont développé divers produits tous aussi attractif les uns que les autres.

Mais l'absence d'une politique de marketing en termes de communication et de distribution font que ces produits restent méconnus par le client.

Conclusion

La bancassurance en Algérie a été introduite sur le marché par le législateur en 2006, dans le but d'enrichir et de dynamiser le secteur des assurances en général et la branche d'assurance vie en particulier, lié notamment à la nécessité pour les banques de trouver de nouvelles pistes de croissance, surtout en matière de fidélisation de la clientèle, et par conséquent assurer le développement économique et social.

Désormais, plusieurs conventions ont été faite et à l'état actuel, nous pouvons dire que la bancassurance en Algérie n'est qu'à des débuts, mais d'après le bulletin du Conseil National des Assurance (CNA), les chiffres de 2015 qui dépassent les 2 milliards de dinars confirment que la bancassurance en Algérie marque une forte croissance, elle a donc un avenir prometteur, et le concept de la bancassurance séduit de plus en plus les épargnants algériens. Par ailleurs, son lancement a été entravé par des difficultés liées aux défaillances de secteur bancaire, assurantiel et aux comportements de la clientèle à l'égard de certains produits d'assurance.

Dépasser ces contraintes s'avère un véritable challenge pour les banques et sociétés d'assurance, si nous considérons les avantages que pourrait procurer la bancassurance à ces deux secteurs.

Introduction

L'Algérie s'ouvre à la bancassurance avec l'annonce d'accords entre banques et compagnies d'assurances pour la vente de produits d'assurance sur le marché algérien. En vertu de la loi de février 2006, ce contrat liant des institutions bancaires aux compagnies d'assurances a été introduit dans le marché des assurances. C'est ainsi, qu'aujourd'hui les banques multiplient les contrats avec les compagnies d'assurances afin de mettre en œuvre cette pratique.

La BNA, à l'instar des autres banques algériennes, a signé une convention avec son partenaire d'assurance AGLIC pour la commercialisation et la distribution des produits d'assurance à travers son réseau.

Pour analyser la réalité de la bancassurance au niveau de l'agence 583 de Tizi-Ouzou, nous avons eu recours à une enquête de terrain par questionnaire. Le but de notre travail de recherche est de collecter le maximum d'information qui nous permettons d'avoir connaissance de l'état des lieux dans cette agence. Pour ce fait, nous avons élaboré deux questionnaires que nous avons adressés au personnel chargé de la commercialisation des produits bancassurance et à la clientèle de cette agence.

Dans ce dernier chapitre, nous allons d'abord présenter la BNA et la compagnie d'assurance AGLIC. Ensuite, nous présenterons les différents produits d'assurance commercialisés par la BNA. Enfin, l'analyse et l'interprétation du questionnaire.

Section 1 : Présentation de la BNA et la compagnie d'assurance AGLIC

Cette section sera réservée à la présentation de la Banque Nationale d'Algérie et la compagnie d'assurance AGLIC (*Algerian Gulf Life Insurance Company*), ainsi que leurs produits.

1.1. Présentation générale de la BNA

La Banque nationale d'Algérie (BNA), première banque commerciale algérienne créée le 13 juin 1966, exerce toutes les activités d'une banque de dépôt, elle assure notamment le service financier des groupements professionnels, des entreprises. Elle traite toutes les opérations de banque, de change et de crédit dans le cadre de la législation et de la réglementation des banques. Constituée de 213 agences réparties sur tout le territoire national, 17 directions de réseau d'exploitations, 142 Distributeurs Automatiques de Billets (GAB), 92 Guichets Automatiques de Banque (GAB), plus de 5000 collaborateurs, plusieurs centaines d'entreprises abonnés au service EDI (Echange de Données Informatisée), 194652 cartes inter bancaires, 2593197 comptes clientèles, Près de 7000 cadres et employés activent au niveau des structures centrales, régionales et locales¹.

La BNA est devenu au fil du temps, et notamment depuis la promulgation de la loi 90/10 du 14 Avril 1990 relative à la monnaie et au crédit, une banque universelle qui intervient dans le financement de tous les secteurs d'activité.

1.1.1. Historique de la BNA**▪ 1966**

La première Banque commerciale nationale, la Banque Nationale d'Algérie (BNA), a été créée le 13 juin 1966. Elle exerçait toutes les activités d'une banque universelle et elle était chargée en outre du financement de l'agriculture.

▪ 1982

La restructuration de la BNA a donné naissance à une nouvelle Banque, BADR, spécialisée dans le financement et la promotion du secteur rural.

▪ 1988

La loi n° 88-01 du 12 janvier 1988 portant orientation des entreprises économiques vers leur autonomie, avait des implications incontestables sur l'organisation et les missions de la BNA avec notamment :

- Le retrait du Trésor des circuits financiers et la non centralisation de distribution des ressources par le Trésor ;

¹ Site officiel de la BNA : www.bna.dz : consulté le 04 mars 2018 à 15h28.

- La libre domiciliation des entreprises après des banques ;
- La non automaticité des financements.

- **1990**

La loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la Monnaie et au Crédit quant à elle, a provoqué une refonte radicale du système bancaire en harmonie avec les nouvelles orientations économiques du pays. Elle a mis en place des dispositions fondamentales dont le passage à l'autonomie des entreprises publique.

La BNA à l'instar des autres banques, est considérée comme une personne morale qui effectue, à titre de profession habituelle principalement des opérations portant sur la réception de fonds du public, des opérations de crédit ainsi que la mise à disposition de la clientèle, des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci.

- **1995**

La BNA était la première Banque qui a obtenu son agrément par délibération du Conseil de la Monnaie et du Crédit le 05 septembre 1995.

- **2009**

Au mois de juin 2009, le capital de la BNA est passé de 14,6 milliards de dinars algériens à 41,6 milliards de dinars algériens.

1.1.2. Structure et organisation de la BNA

L'agence entretient des relations fonctionnelles avec l'ensemble des structures de la banque. Selon les attributions qui lui sont conférées, l'agence est classée en fonction du niveau d'activité déployée.

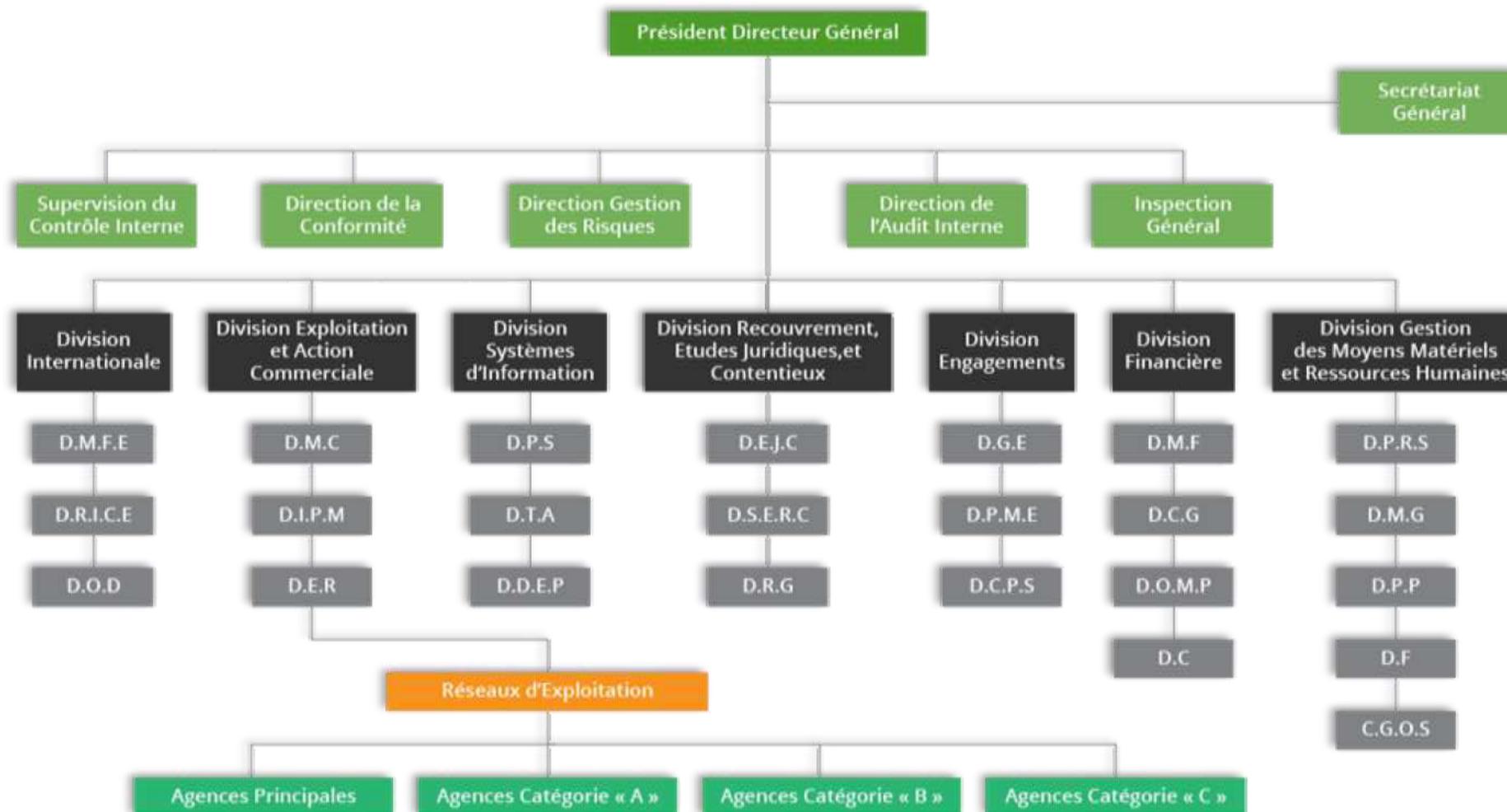
- **Réseau d'Exploitation**

Le réseau d'exploitation de la BNA compte 17 Directions Régionales d'Exploitation qui supervisent 211 agences de différentes catégories implantées sur tout le territoire national.²

² Site officiel de la BNA : www.bna.dz : consulté le 04 mars 2018 à 15h28.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

Réaux de distribution BNA



Source : Site officiel de la BNA : www.bna.dz .

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

1.1.3. Les missions d'une agence de la BNA

Comme nous l'avons déjà cité, la BNA exerce toutes les activités d'une banque de dépôts : elle assure notamment le service financier des groupements professionnels et des entreprises, elle traite toutes les opérations de banque, de change et de crédit dans le cadre de la législation et de la réglementation des banques et peut notamment³ :

- Recevoir du public des dépôts de fonds, en compte ou autrement, remboursable à vue, à terme ou à échéance fixe, émettre des bons et des obligations : emprunts pour les besoins de son activité ;
- Effectuer et recevoir tout paiement en espèce, par chèque, virements, domiciliation, lettre de crédits et autres activités de banques ;
- Consentir sous toute forme de crédits, prêts ou avances avec ou sans garanties ;
- Exécuter, en y attachant ou non sa garantie, toute opération de crédit pour le compte d'autres institutions financières ou pour le compte de l'Etat, répartir toutes les subventions sur fonds publics et en surveiller l'utilisation ;
- Payer en lieu et place du débiteur toutes créances avec subrogation dans les droits et rang du créancier ;
- Souscrire, escompter, prendre en pension ou acheter tout effet de commerce : bons, annuités et valeurs émis par le trésor public ou par les collectivités publiques ou semi-publiques et en général tout engagement à échéance fixe transmissible à ordre résultant d'opération faite par tout établissement et administration publique ;
- Financer par tous modes les opérations de commerce extérieur ;
- Recevoir en dépôts tous titres et valeurs ;
- Recevoir ou effectuer tous paiements et tous recouvrements des lettres de change, billets à ordre, chèques, warrants, coupons d'intérêts ou de dividendes, titres remboursables ou amortis, factures et autres documents commerciaux ou financiers ;
- Louer tous les coffres et compartiments de coffres ;
- Servir d'intermédiaire pour l'achat, la souscription ou la vente de tous effets publics, actions, obligations, plus généralement, de toutes les valeurs mobilières, ainsi que des métaux précieux ;
- Procéder ou participer à l'émission, à la prise ferme, à la garantie, au placement, ou à la négociation de toutes valeurs mobilières, soumissionner tout emprunt public ou autres,

³ Site officiel de la BNA : www.bna.dz : consulté le 04 mars 2018 à 15h28.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

acquérir, aliéner ou nantir toutes valeurs mobilières, assurer les services financier de tout titre ;

- Traiter toutes les opérations de change, au comptant ou à terme, contracter tous emprunts, prêts, nantissements, report de devises étrangères ;
- La bancassurance.

1.1.4. Les objectifs de la BNA

La réaction des fonctions bancaires ainsi que le mode de fonctionnement des entreprises jouent un très grand rôle dans l'évolution de l'économie du pays.

En relation avec cette évolution, la banque nationale d'Algérie a pour objectifs de :

- S'adapter aux règles de la commercialité dans ses rapports avec sa clientèle commerciale qui connaît déjà de profonds changements dans ses structures et son organisation ;
- Améliorer sa rentabilité via un accroissement des ressources, contrepartie des crédits et par la promotion des services qui directement ou indirectement peuvent encore augmenter d'avantage cette rentabilité ;
- La préservation de ses propres équilibres ;
- Respecter les règles de gestion providentielle afin de créer de la monnaie, du crédit, des changes et les conditions les plus favorables à un développement ordonné de l'économie nationale. ⁴

1.2. Présentation de la compagnie d'assurance AGLIC (*Algerian Gulf Life Insurance*)

1.2.1. Descript

Créée par les pouvoirs publics le 22 février 2015, Algerian Gulf life Insurance Company par abréviation AGLIC, SPA (Société Par Actions), est spécialisée dans le domaine des assurances de personnes, destinées à la commercialisation.

1.2.2. Présentation

Une huitième société d'assurances de personnes est née. En effet, le Journal Officiel de la République algérienne démocratique et populaire (*JORADP*) porte, dans son numéro 45 du 23 août 2015, l'agrément de la nouvelle société d'assurances de personnes dénommée « *Algerian Gulf Life Insurance Company* » SPA, par abréviation AGLIC, filiale de la Compagnie d'assurance des hydrocarbures (*CASH*).

⁴ Site officiel de la BNA : www.bna.dz : consulté le 04 mars 2018 à 15h28.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

« *Algerian Gulf Life Insurance Company* » est née d'un partenariat de la CASH avec la « Banque Nationale d'Algérie » (BNA) et la Compagnie Koweïtienne d'Assurance « *Gulf Insurance Company* ».

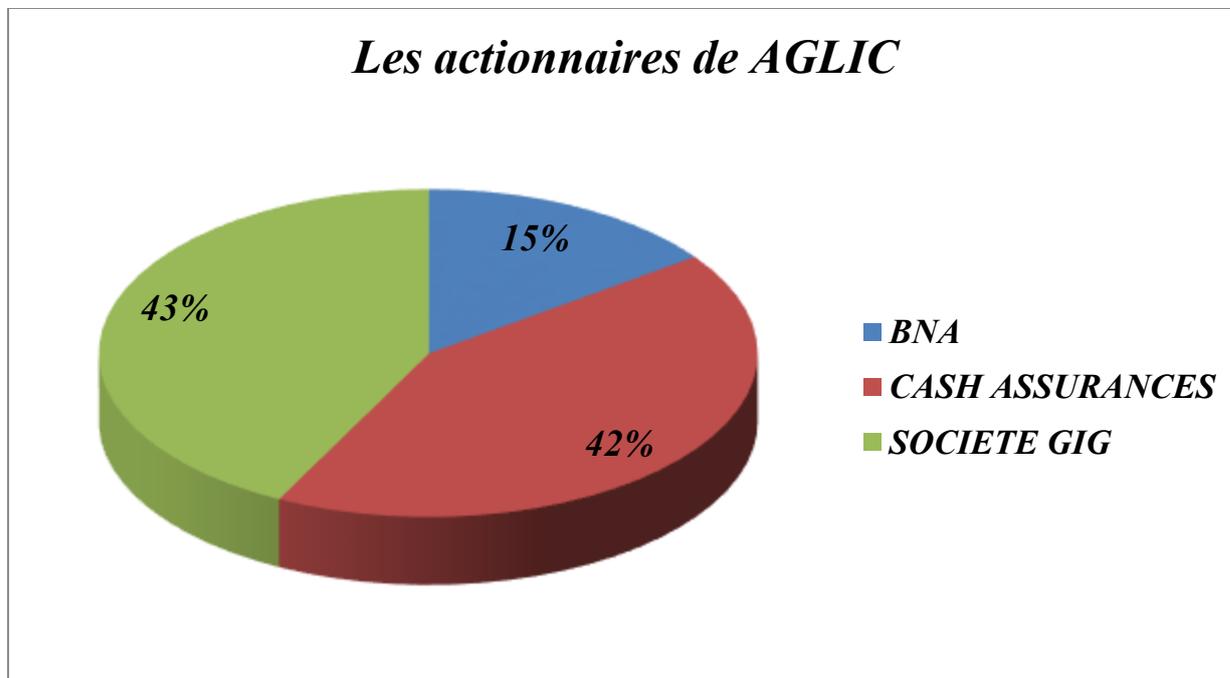
Les sociétés spécialisées dans l'assurance de personnes sont agréées pour pratiquer les opérations d'assurance relatives aux Accidents ; Maladie ; Assistance (*assistance aux personnes en difficulté, notamment au cours de déplacements*) ; Vie-Décès ; Nuptialité-Natalité ; Assurances liées à des fonds d'investissement ; Capitalisation ; Gestion de fonds collectifs ; Prévoyance collective ; et Réassurance en rapport.

Pour rappel, et en sus de la réassurance, le marché national est scindé en deux catégories majeures de sociétés d'assurance (*assurances de dommages –AD- et assurances de personnes –AP-*).

1.2.3. Les actionnaires

- BNA (*Banque Nationale d'Algérie*) 15% ;
- GIG (*Gulf Insurance Group*) filiale d'assurance du groupe KIPCO(*Koweit Investestement Project Company*) 42,50% ;
- CASH (*compagnie d'assurance filiale de SONATRACH*) 42,50%.⁵

Figure N°01 : les actionnaires d'AGLIC en pourcentage.



Source : Guide de la bancassurance au sein de l'agence 583.

⁵ Site officiel d'AGLIC : www.aglic.dz : consulté le 06 mars 2018 à 10h15.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

1.2.4. Les principaux produits d'assurance

L'assurance de personnes d'AGLIC Algérie comporte une multitude de produits couvrant à la fois de l'assurance prévoyance et les assurances santé (*Accidents, Maladie*).

- **Assurance voyage et assistance** : c'est une assurance qui permet de bénéficier d'indemnités ou des dommages que nous pouvons subir lors de notre voyage personnel ou professionnel à l'étranger.
- **Assurance accidents corporels** : la garantie dommage corporel est une extension de garantie qui est là pour couvrir les préjudices financiers ou matériels d'un conducteur lorsque celui-ci a subi un accident de la route grave qui implique des blessures physiques importante ; par conséquent des frais de santé élevée.
- **Assurance temporaire au décès** : c'est une assurance spécifique de prévoyance permettant de garantir un capital à nos proches au moment de notre décès.
- **Assurance emprunteur** : c'est une assurance qui couvre généralement les risques de décès, d'invalidité, d'incapacité et pour certain contrats le risque de perte d'emploi. Elle protège à la fois l'emprunteur et l'établissement de crédit.
- **Assurance prévoyance et santé** : c'est une assurance qui couvre la personne contre les maladies graves tels que le cancer.
- **Particuliers**
 - Assurance voyage et assistance ;
 - Assurance accidents corporels ;
 - Assurance temporaire au décès ;
 - Assurance emprunteur.
- **Professionnels**
 - Assurance voyage et assistance ;
 - Assurance accidents corporels ;
 - Assurance temporaire au décès ;
 - Assurance emprunteur.
- **Entreprises**
 - Assurance prévoyance et santé ;
 - Assurance voyage et assistance ;
 - Assurance accidents corporels ;
 - Assurance temporaire au décès ;
 - Assurance emprunteur.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

Section 2 : Les produits bancassurance commercialisés par la BNA

L'Algérie s'ouvre à la bancassurance avec l'annonce d'accords entre banques et compagnies d'assurances pour vente de produits d'assurance.

En vertu de la loi de février 2006 introduction d'accords liants ainsi des institutions bancaires aux compagnies d'assurances dans le marché des assurances :

*« Les sociétés d'assurance peuvent distribuer les produits d'assurance par l'entremise des banques et des établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution ».*⁶

Depuis Avril 2008, plusieurs banques algériennes se sont lancées dans la vente des produits d'assurance en vue d'accroître le volume de leurs commissions d'une part et de fidéliser leurs clients d'autre part.

La BNA a intégré la vente des produits d'assurance dans sa stratégie de diversification de son portefeuille, elle a conclu une convention avec AGLIC en 2017 pour commercialiser les produits de bancassurance. Elle a opté pour cette activité parce que les crédits qu'elle octroie doivent être assurés par les clients et au lieu que les compagnies d'assurance ouvrent d'autres guichets pour vendre ces produits, elles ont préféré d'intégrer ces contrats dans les guichets de la BNA et faire deux opérations au même temps⁷.

Dans cette section nous allons présenter les différents produits d'assurance distribués aux guichets de la BNA, avec les garanties et les tarifs à payer par les assurés :

1. Assurances de personnes

L'article 60, l'ordonnance 95-70 modifiée et complétée stipule que : « L'assurance de personne est une convention de prévoyance contractée entre le souscripteur et l'assureur et par laquelle l'assureur s'oblige à verser à l'assuré ou au bénéficiaire désigné, une somme déterminée sous forme de capital ou de rente, en cas de réalisation d'événement ou au terme prévu au contrat. »⁸ Le souscripteur s'oblige à verser des primes suivant un échéancier convenu. Il existe deux types d'assurance de personnes qui sont :

1.1. Assurance Voyages et Assistance (AVA)

L'AVA est régie par les dispositions de l'Ordonnance 95-75 relative aux assurances, modifiée et complétée par la loi 06-04 « ce contrat couvre l'assuré en cas de maladie ou accident corporel survenu à l'étranger ».

C'est une assurance individuelle ou collective qui permet de bénéficier d'indemnités pour des dommages qu'on peut subir lors de notre voyage personnel ou professionnel à

⁶ Conseil National des Assurances, *Op.cit*, p.10.

⁷ D'après le guide d'entretien réalisé avec le personnel chargé de la commercialisation de la bancassurance.

⁸ Guide de la bancassurance au sein de la BNA.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

l'étranger.

Elle peut ainsi couvrir les frais occasionnés par des soins médicaux, l'annulation d'un voyage, perte de bagages ou accidents....etc.

Toute personne physique âgée de moins de 80 ans peut souscrire un contrat d'assurance au voyage pour une durée déterminée. Sur le contrat d'assurance on peut trouver une ou plusieurs personnes souscrites, soit individuel ou famille (*plus de 10 personnes devient un contrat de groupe, par exemple : ensemble des employés d'une entreprise voyagent en à l'étranger pour formation*).

Nous retrouvons sur la police d'assurance en première partie les renseignements du souscripteur et si c'est un contrat familial on retrouve aussi ceux des membres de sa famille, leur destination et le montant de la prime à payer ; dans la seconde partie du contrat, on retrouve les garanties assurés et leurs capitaux assurés, ainsi que le numéro à contacter en cas de sinistre et à la fin les signatures des deux parties ; c'est-à-dire le souscripteur et l'agent souscripteur de la banque BNA⁹.(ANNEXE-01).

Les garanties offertes par l'assurance-voyage par la société d'assurance AGLIC sont :

1.1.1. Les garanties prévues (ANNEXE-02)

Nous distinguons deux types de garanties :

- Assurance garanties de base par l'Algérienne Vie ;
- Assistance garanties complémentaires par MAPFRE ASSISTANCE.

1.1.1.1 Assurance garanties de base

Garanties de base qui couvre l'assuré en cas de :

- **Décès Accidentel** : en cas de décès de l'assuré suite à un accident, le capital garanti sera versé à son bénéficiaire.
- **Incapacité Permanent Totale « IPT »** : la perte définitive, partielle ou totale de la capacité à travailler, à la suite d'un accident garanti, ils lui versent un capital égal au capital garanti en cas de décès.
- **Incapacité Permanente Partielle « IPP »** : si à la suite d'un accident garanti, l'assuré reste atteint d'une invalidité partielle, ils lui versent une indemnité égale au taux d'incapacité garanti en cas de décès.

⁹ Guide de la bancassurance au sein de la BNA.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

1.1.1.2 Assistance garanties complémentaires

C'est des garanties qui couvre l'assuré en cas de difficulté durant son voyage, la prise en charge est assurée par notre assistant en cas de :

- Transport sanitaire ;
- Frais médicaux et pharmaceutiques ;
- Rapatriement de corps suite au décès ;
- Soins dentaires d'urgence ;
- Prolongation de séjour pour convalescence ;
- Visite d'un proche parent si hospitalisation > 5j ;
- Retour prématuré de l'assuré (décès / sinistre au domicile) ;
- Rapatriement des autres bénéficiaires ;
- Défense juridique ;
- Frais de secours et sauvetage ;
- Perte de bagage enregistré, max=40kg ;
- Retard de vol ou bagages de plus de 4heures ;
- Avance de caution pénale ;
- Retard de livraison de bagages de plus de 12 heures ;
- Demande d'information ;
- Expédition de médicament ;
- Annulation de vol ;
- Conseil médical par téléphone ;
- Transmission de messages urgents.

Dans le cas où le voyage n'a pas eu lieu pour cause de refus de visa, le ou les souscripteurs seront remboursés en justifiant avec la notification de refus le motif de refus de visa fourni par le consulat du pays de destination.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

1.1.2. Critères de tarification

Il existe 04 critères de tarification d'assurance voyage et assistance :

1. Selon le type de contrat

- Individuel ;
- Couple (deux personnes) ;
- Groupe (10 membre au minimum a plus de 200) ;
- Famille (03 membre de la famille au minimum a 09 au maximum).

En cas de groupe de personnes voyageant ensemble pour la même destination et au même moment

Tableau N°03 : Taux de réduction appliqué sur le tarif individuel

Groupe de personnes	Taux de réduction applicable sur le tarif individuelle
De 10 à 25	-5%
De 26 à 100	-10%
De 101 à 200	-15%
Plus de 200	-25%

Source : guide de la bancassurance au sein de l'agence 583.

- En cas de membres d'une famille voyagent ensemble pour la même destination et au même moment :

La réduction pour enfants de moins de 12ans ne s'applique pas pour le tarif « *famille* ». Et aussi le tarif famille ne s'applique pas pour les personnes âgées de plus de 65ans.

2. Selon la durée du séjour

De 8 jours a 01 année (*selon le type de contrat*)

3. Selon la destination

- **Zone 01** : Monde entier hors : USA, CANADA, JAPON, AUSTEALIE ;
- **Zone 02** : Monde entier

4. Selon l'âge

Enfants de moins de 12ans voyageant avec l'un de leurs parents : -50%

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

Tableau N°04 : Majoration personnes âgées.

Age de l'assuré	Surprime d'âge
De 66 a 70 ans	+ 25%
De 71 a 75 ans	+ 50%
De 76 a 80 ans	+100%

Source : Guide de la bancassurance au sein de l'agence 583.

**La prime totale =
Prime nette (*Prime assurance + Prime assistance*) + Accessoire + Timbre de
dimension.**

Pour une personne morale (entreprise, association), pour un voyage d'affaire ou pour une formation...Etc. nous additionnons 250DA à la prime déjà affiché .

Toute modification de date ou de durée doit se faire 48h avant la date d'effet du contrat.

▪ Clients ciblés :

- Tout demandeur d'allocations touristiques ;
- Clients détenteurs de comptes devises ;
- La clientèle bonne gamme ;
- Propriétaires d'agences de voyage ;
- Chefs d'entreprise, médecins, pharmaciens, délégués médicaux....

Nous constatons que depuis le lancement de produit AVA en juillet 2017 aux guichets de la BNA, le nombre de contrat souscrits est en hausse continue, en effet le nombre est de 77 contrats depuis juillet jusqu'au 31 décembre 2017 en seulement 6 mois. Et l'augmentation continue de plus en plus car depuis le début d'année 2018 jusqu'au 31 septembre 2018, la banque a réalisé 129 nouveaux contrats, ceci traduit l'intérêt que suscite la bancassurance auprès de la clientèle de la BNA malgré que c'est une assurance imposée mais elle est le produit le plus demandé par les clients ¹⁰(ANNEXE-11). Et en plus de sa elle revient moins cher par rapport à celle d'autres banques et compagnies d'assurance parce que la BNA est actionnaire chez AGLIC.

¹⁰ D'après le guide d'entretien réalisé avec le personnel chargé de la commercialisation de la bancassurance.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

2. Assurance Décès Emprunteur (ADE)

C'est une assurance limitée à la durée du crédit, qui garantit le remboursement à l'organisme prêteur au capital restant dû en cas de décès pour toutes causes, avant que le crédit ne soit remboursé.

Elle est complétée par la garantie de remboursement du capital restant dû en cas d'invalidité absolue est définitive suite a une maladie ou accident.

L'Invalidité Absolue et Définitive (IAD) est tout assuré victime d'un accident ou d'une maladie l'obligeant à recourir à l'assistance d'une tierce personne pour l'exécution des tâches simple de la vie¹¹.

On a deux types d'Assurance Décès Emprunteur :

2.1. Assurance Décès Emprunteur « *crédit immobilier* »

Le taux appliqué est calculé sur la base de trois critères :

- L'âge de l'emprunteur à la demande d'adhésion ;
- La durée du crédit demandé ;
- L'état de santé et sa profession lors de la demande d'adhésion.

L'adhésion doit être établie sur la base des déclarations de l'emprunteur traduite par la constitution du dossier de souscription. (ANNEXE-03).

2.1.1 Constitution du dossier médical

Reprend les documents à renseigner et à remettre par l'emprunteur en fonction du montant du capital à assurer et de l'âge de l'emprunteur à la souscription.

2.1.2. Vérification du dossier médical

Le cadre chargé de la bancassurance procédera à la vérification nécessaire qui s'articule notamment sur les points suivants :

- Le nom, prénom, date de naissance et adresse et la profession de l'emprunteur ;
- Chaque question nécessite une réponse par OUI ou NON ;
- Si la réponse à une question est « OUI ». Une précision doit être apportée ;
- La date, le lieu la signature de l'emprunteur suivie de « *Lu et approuvé* ».

2.1.3. Traitement du dossier médical

Après traitement du dossier médical, une réponse est transmise à l'agence BNA concerné.

¹¹ Guide de la bancassurance au sein de la BNA.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

2.1.4. Validation du contrat

Dans le cas où le dossier relève du pouvoir de souscription agence et ne représentant pas de risque aggravé, le souscripteur procède à la validation de l'adhésion après avoir encaissé la prime d'assurance.

Le risque aggravé peut être constaté lors de la vérification de la demande d'adhésion.

2.2. Assurance Décès Emprunteur « *crédit à la consommation* »

L'adhésion doit être établie sur la base de la déclaration d'état de santé du client formulée sur la demande d'adhésion. (ANNEXE-.4)

2.2.1. Constitution du dossier d'adhésion

Ce dossier se réalise en renseignant une simple demande d'adhésion joignant une déclaration de bonne santé.

2.2.2. Validation du contrat

Dans le cas où le dossier relève du pouvoir de souscription agence et sans aucune anomalie dans l'état de santé.

À la fin le cadre souscripteur procède à l'édition de 3 exemplaires :

- Un pour le client.
- Un pour l'agence.
- Un pour AGLIC.
- Dommages dus à des faits de guerre (étrangère et civile) ;
- Dommages intentionnellement causés par l'assuré ;
- Dommages résultant de la survenance d'un risque nucléaire.

Les biens assurés par ce produit :

- Biens immobiliers (à usage d'habitation) : uniquement les murs et pas le contenu ;
- Installations industrielles et/ou commerciales : constructions qui abritent l'activité, équipements qui y sont contenus, marchandises qui y sont contenues.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

Section 3 : Etude d'un produit d'assurance offert aux guichets de la BNA (Assurance emprunteur) et analyse des résultats du questionnaire

L'activité principale de la banque est la réception des fonds et l'octroi des crédits à sa clientèle, et parmi les crédits les plus demandés à la BNA c'est le crédit immobilier.

Dans cette section nous allons essayer de bien présenter l'assurance emprunteur de crédit immobilier et nous allons faire une petite analyse sur le nombre des clients affiliés à cette assurance depuis son lancement.

1. Définition de l'assurance emprunteur BNA

C'est une assurance temporaire souscrite dans le cadre de l'octroi d'un crédit bancaire (immobilier, auto, consommation). Elle est plus souvent complétée par des garanties couvrant les risques d'invalidité absolue et définitive. Imposée par les banques et autres organismes financiers, elle est limitée à la durée du crédit et garantit le remboursement de ce dernier en cas de décès de l'emprunteur à concurrence du capital assuré restant dû.

Donc, l'assurance emprunteur BNA c'est un contrat groupe signé entre la BNA et L'ALGERIENNE VIE qui garanti à la BNA le versement du capital restant dû en cas de décès ou d'IAD des clients ayants adhérents à ce contrat groupe. (ANNEXE-05).

1.1. La cible

- Tous les clients, personnes physiques (particuliers et fonction libéral) de la « BNA » âgés entre 18 et 60 ans pour IAD.
- Et pour décès toutes causes de 18 à 70 ans.

1.2. Exclusions relatives à la garantie

1.2.1. Pour décès

- Le suicide conscient et volontaire de l'assuré au cours des 02 premières années de souscription ;
- Tout fait intentionnellement causé ou provoqué par l'assuré ;
- Les guerres civiles ou étrangères, émeutes ou mouvements populaires, actes de terrorisme ou de sabotage ou insurrection ;
- Attentat, quel que soit le lieu ou se déroulent dès lors que l'assuré y prend une part active...etc.

1.2.2. Pour IAD

- Des conséquences d'affections ou de maladies antérieures, non déclarées lors de l'adhésion au contrat ;
- Tout fait intentionnellement causé ou provoqué par l'assuré ;

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

- Des suites de l'usage de drogues, neuroleptiques ou stupéfiants ;
- Des suites d'un accident de la circulation lorsque l'assuré un taux d'alcoolémie supérieur au seuil légal de tolérance ;
- Les invalidités résultant de grosses, fausse-couche, de l'accouchement normal ou prématuré ou de ses suites ne seront pas garanties qu'en cas de complications pathologiques.

1.3. Avantages de l'assurance emprunteur

- Couvre la banque contre le risque d'impayé du créancier suite à un décès ou IAD ;
- Protège le créancier et sa famille en prenant en charge le remboursement de la totalité de la créance restante due ;
- Donne la possibilité à l'emprunteur et à sa famille de garder possession du bien acheté ;
- Accessible et facile à mettre en place dans toutes les agences conventionnées de la banque BNA.

La BNA offre la possibilité de financement de la prime d'assurance, elle peut payer l'assurance a son client en lui faisant un crédit de cette somme la et la sa revient plus chère au client et la banque bénéficie d'un taux d'intérêt de 6,25% s'il a pas un compte épargne si c'est le cas le taux est de 5,75% uniquement sur la somme du montant de l'assurance et bien sûr le montant du crédit baisse, mais y a des cas ou la banque peut pas financer cette assurance selon deux cas :

- Quand le client décide lui-même de la payer ;
- Quand la capacité de remboursement ne lui permet pas selon son salaire c'est-a-dire si il a pris le maximum du crédit 90%, la banque peut pas lui ajouté un autre crédit.

1.4. Evolution du produit « Assurance Décès Emprunteur » depuis son intégration au niveau de la BNA

Au sein de l'agence (583) de Tizi-Ouzou le produit « Assurance Décès Emprunteur » est mis a la disposition des clients depuis Juillet 2017, en convention avec AGLIC.

Nous allons essayer de faire une analyse sur le nombre de contrat ADE distribué au niveau de l'agence depuis mois de juillet 2017 jusqu'à septembre 2018.

Après avoir rassemblé toute les factures de commissions du produit ADE à partir du mois de juillet 2017 au 30 septembre 2018, nous pouvons résumer le bénéfice de la BNA comme suit :

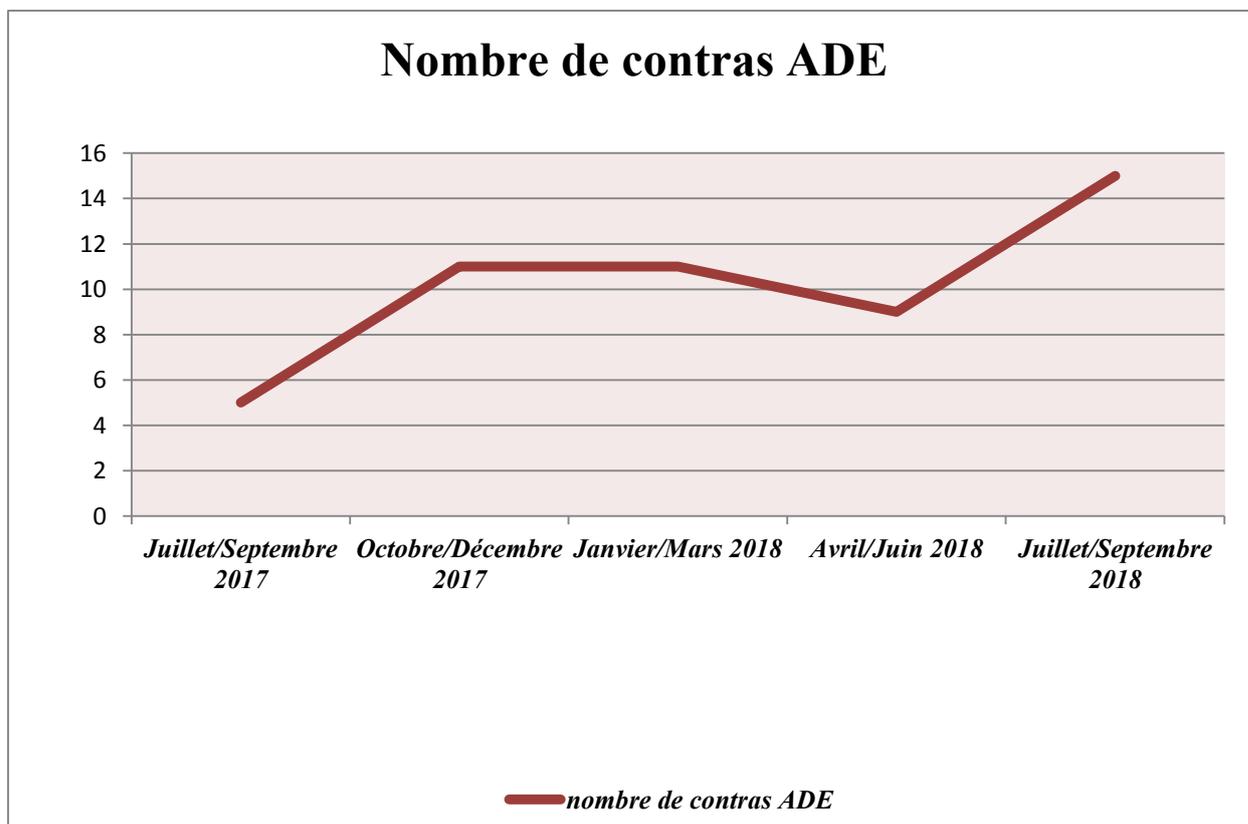
Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

Tableau N°05 : Récapitulatif de l'exercice de l'agence (583) pour le produit ADE.

Mois	Nombre de contrats	Primes nettes	Taux de commission	Montant de commission
Juillet /Septembre 2017	5	2320076	15%	348011,4
Octobre/Décembre 2017	11	2100680,83	15%	315102,12
Janvier/Mars 2018	11	2885440,19	15%	432816,02
Avril/juin 2018	9	2144392,79	15%	321658,91
Juillet/septembre 2018	15	1538726,63	15%	230809
Total	51	10989316,44	–	1648397,45

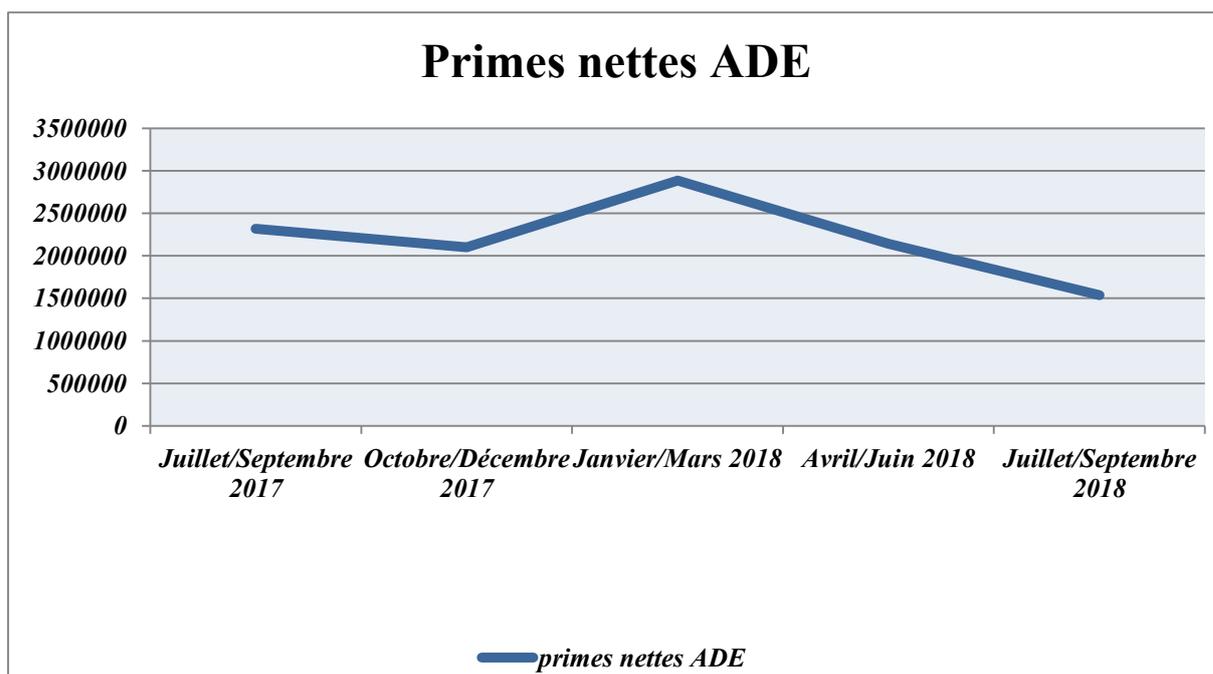
Source : élaboré par nous même à partir des réalisations de la bancassurance de la BNA (agence583).

Graphe N°01 : Evolution des contrats souscrits au sein de la BNA (agence583).

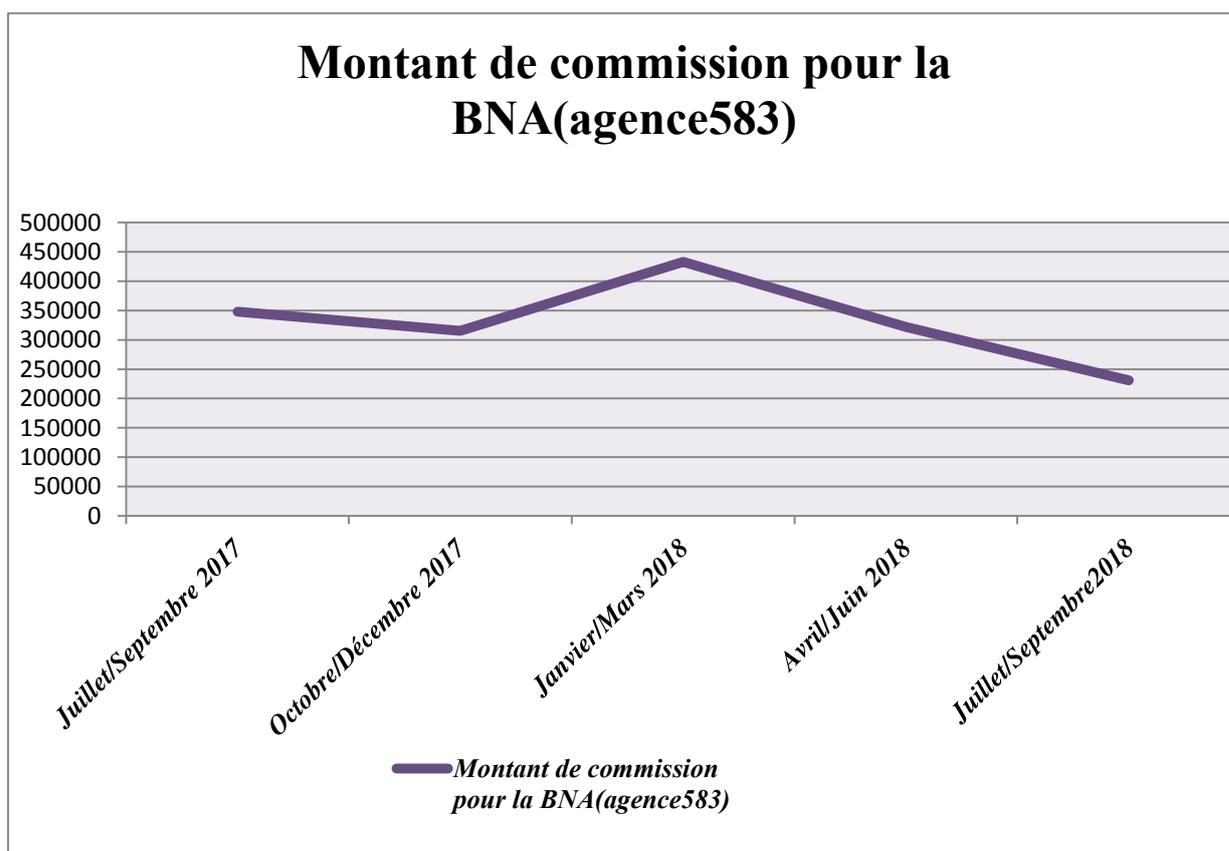


Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

Graphe N°02: Evolution des primes nettes ADE au sein de la BNA (agence583).



Graphe N°03 : Evolution des primes de commission pour la BNA (agence583).



Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

À partir du graphe n°1 ci-dessus nous remarquons que le nombre de contrat souscrits est en hausse continue depuis le lancement du produit « assurance décès emprunteur » en moi de juillet 2017. En effet, le nombre de contrat passe de 5 en juillet-septembre 2017 à 11 contrats en décembre, cela s'explique par le fait que les clients n'étaient pas au courant du lancement du produit.

Nous remarquons qu'au mois d'avril jusqu'au juin le nombre de contrat a baissé à 9, vu que durant cette période y'avait pas beaucoup de clients qui demandent des crédits donc, le nombre de contrat d'ADE n'a pas évolué et en plus de sa le personnel chargé de la commercialisation des produits d'assurance été en formation raison pour la quelle ils ont désigné plus tard une deuxième personne pour s'en charger en cas d'absence de l'agent spécialisé de la bancassurance, parce qu'il y'a qu'un seul agent formé pour cette activité.

Grâce aux efforts réalisant en marketing et des investissements publicitaires et aussi la formation de l'agent chargé de bancassurance au sein de l'agence a joué un rôle primordiale dans l'essor rapide qu'a connu ce produit, ils ont réussi à attirer un maximum de clients et réaliser une meilleure rentabilité nous remarquons qu'ils ont atteint un nombre de 51 contrats en une année seulement, nous concluons que grâce au questionnaire destiné à la clientèle et aux nombres de contrats réalisés en une année qu'un nombre important des clients sont satisfaits de ces produits.

D'après le graphe n°02, nous constatons que le montant des primes nettes est volatiles, en effet, même si la banque vend un nombre important de produit, la prime nette dépend du montant du crédit c'est-à-dire quand la somme du crédit est élevée la prime nette sera élevée aussi par exemple : avec 11 contrats ils ont réalisé un montant de prime de 2885440 ,19DA et avec 15 un montant de 1538726,63DA. A la fin, nous remarquons que le total de la prime est de 10989316,44DA en une année, la compagnie d'assurance bénéficie de 85% de ce montant, et le 15% restant sera pour la banque, alors la compagnie d'assurance est beaucoup plus bénéficiaire que la banque. Mais c'est encore trop tôt pour avancer des chiffres sur la part des produits d'assurance dans le total des produits commercialisés par l'agence car l'activité de bancassurance est encore à son premier stade de développement.

En ce qui concerne les commissions bancaires dans le graphe n°03, comme nous verrons à partir du tableau la banque bénéficie de 15% de la prime nette des produits d'assurance et en une année la banque a gagné un montant de 1648367,47DA.

En conclusion, les produits de bancassurance permet à l'agence de : rentabiliser ses ressources, augmenter son chiffre d'affaire et fidéliser ses clients.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

2. Interprétation des résultats

Notre travail a pour objectif d'analyser aussi bien le degré d'information, de connaissance et d'acceptabilité de la bancassurance par les clients, ainsi que l'importance de la nature des produits vendus, la communication et la formation du personnel de l'agence dans la commercialisation de la bancassurance.

Interprétation : (ANNEXE-10).

Question 01 : quels sont les réseaux de distribution des produits d'assurance que vous connaissez ?

Nous avons interprété les réponses récoltées sous forme d'un tableau

Tableau N°06 : Les réseaux de distribution les plus connus par les clients

Réseau de distribution	Compagnie d'assurance	Agent général	La banque	Le courtier	Total
Pourcentage	58%	2%	36%	4%	100%

Source : élaboré par nous même.

Nous constatons que les réseaux les plus connus sont la compagnie d'assurance et la banque, en effet, 58% de notre échantillon connaissent le premier réseau et 36% connaissent le deuxième.

Nous pouvons souligner que, le pourcentage des sujets qui connaissent la banque comme un réseau de distribution des produits assurantiels est de 36%, cela peut être expliqué par le fait que ce questionnaire a été élaboré à la naissance de la bancassurance au sein de la BNA d'où le manque d'information chez les individus.

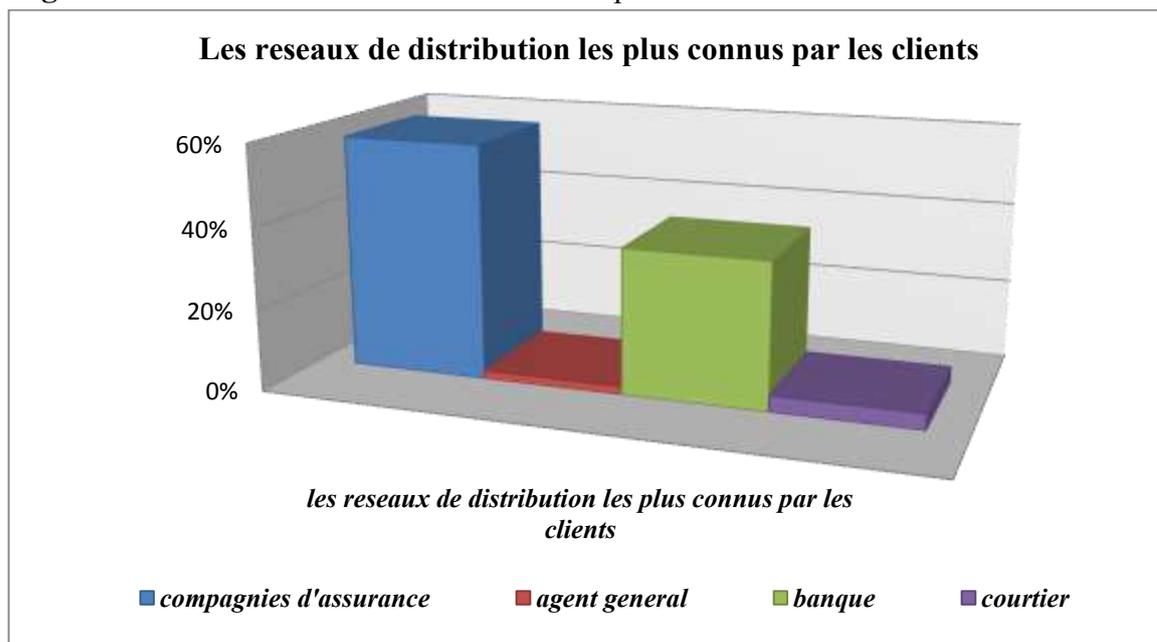
Nous remarquons aussi que la bancassurance récente sur le marché est plus connue que le courtier qui est de 4%, cela est dû au fait que le courtier s'adresse aux entreprises plutôt qu'aux personnes, qui fréquentent beaucoup leurs banques et sont donc au courant des produits offerts et en plus, en relation directe avec leurs banquiers qui peuvent les conseiller et les convaincre pour choisir les banques comme assureurs.

Seulement 2% de notre échantillon connaissent l'agent général, cela peut être expliqué par la confusion des individus entre les compagnies d'assurance et l'agent général.

Nous pouvons conclure donc, qu'à priori, les individus connaissent les compagnies d'assurance et les banques et s'y adressent lors de conclusion d'un contrat d'assurance. Il apparaît donc, à côté de la relation de coopération qui existait entre ces deux établissements une forme de concurrence en termes de la clientèle et de part de marché.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

Figure N°02 : Les réseaux de distribution des produits d'assurance.



Question 02 : quels sont les produits d'assurance que vous connaissez ?

Tableau N°07 : produits d'assurance les plus connus

Les produits les plus connus	Assurance vie	Assurance auto	Assurance catastrophe naturelle	Assurance voyage	Autres
Pourcentage	84%	72%	58%	42%	38%

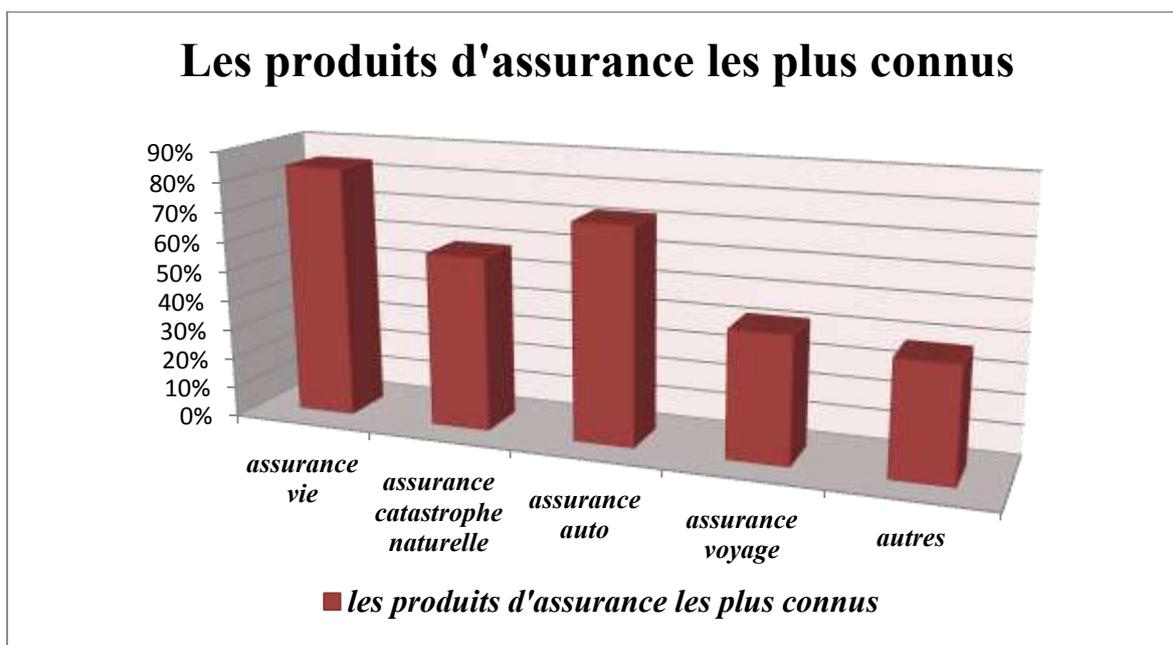
Source : réalisé par nous même.

Nous remarquons que les produits les plus connus sont les produits assurance vie avec 84% des observations, ce résultat peut être expliqué par la nature de ces produits puisqu'ils s'agissent des contrats liées à l'octroi des crédits bancaires, c'est-à-dire signés automatiquement chaque fois que l'individu s'adresse à sa banque pour bénéficier d'un crédit.

En deuxième lieu, arrive l'assurance auto avec 72% des observations ce pourcentage est relativement important, il est peut être le résultat du fait que cette assurance est obligatoire c'est-à-dire imposé par le législateur algérien. Par la suite, sont classés l'assurance catastrophe naturelle, assurance voyage avec un pourcentage important, cela peut être expliqué par l'importance de ces produits par les individus.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

Figure N°03 : Les produits d'assurance les plus connus par les individus



Question 03 : Savez-vous que la BNA vend des produits assurantiels ?

Nous remarquons que 70% des clients connaissent que la BNA vend des produits assurantiels, cela s'explique grâce aux efforts fournis par l'agent spécialisé de la bancassurance y compris la publicité et l'information des clients du lancement des produits de bancassurance au sein de la BNA. Et les 30% qui restent sont des individus qui ne savent que la BNA vend des produits assurantiels, cela revient au manque d'information des individus sur la bancassurance.

Question 04 : selon vous, la bancassurance est :

Cette question traite le degré d'information et de connaissance des individus sur la bancassurance.

1- La distribution des produits d'assurance par les banques :

Nous constatons que cette première idée est presque acceptée par la moitié de l'échantillon, en effet 62% des individus interrogés ont été tout à fait d'accord sur cette définition.

2- La transformation du banquier à la fois en banquier et assureur :

Pour la deuxième définition, nous remarquons que 32% des individus ont été plutôt d'accord, c'est-à-dire n'ont pas d'idée claire sur cette définition.

3- Une forme de coopération entre banque et assurance :

Nous observons que seulement 6% affirment que c'est une forme de coopération.

Nous pouvons donc conclure à ce stade là, que les gens croient encore que ces deux secteurs sont totalement indépendants et chacun d'eux a son propre marché et sa propre clientèle, donc ils ne peuvent coopérer ensemble.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

Les individus interrogés et selon notre étude, n'ont pas une idée claire et précise sur la bancassurance, et cela est dû au manque d'information et de connaissance constatée chez eux.

Cela montre que ce nouveau mode de distribution des produits assurantiels et encore méconnu faute d'information et de communication de la part des banques qui commercialisent les produits d'assurance.

Question 05 : avez-vous souscrit un contrat d'assurance auprès de votre banque ?

Sur les 50 individus interrogés, 62% ont souscrit un contrat d'assurance auprès de la BNA ce résultat montre que les clients ont vite adapté ce produit beaucoup plus dans l'assurance voyage. Et les 38% qui restent ne sont pas souscrits à un contrat d'assurance.

Les 20% d'eux disent que ce sont des produits mal adaptés à mes besoins, 12% disent qu'ils ne font pas confiance dans les produits commercialisés, et les 6% qui restent ont une mauvaise image sur l'assurance.

Question 06 : Quels sont les produits bancassurance que vous connaissez ? Et vous êtes souscrits à quel contrat ?

Nous constatons d'après notre analyse que la plupart des clients connaissent l'assurance voyage et assistance avec un taux de 61%, la plus part d'eux sont inscrits à cette assurance parce qu'elle revient moins chère, du fait que la BNA est actionnaire chez AGLIC.

Ensuite vient, l'assurance décès emprunteur avec un taux de 39%, vu que les clients ne demandent pas trop de crédit.

Question 07 : Pensez-vous que ces produits sont imposés par la banque ?

Nous remarquons que 86% des clients confirment que ces produits sont imposés parce que la banque n'accorde pas crédit sans payer cette assurance, alors que 14% pensent que ce sont des produits non imposés vu qu'ils sont obligé d'assurer leurs crédits alors vaut mieux les payer à la banque.

Question 08 : Préférez-vous que ces produits soient distribués par les banques ou par les compagnies d'assurance ?

D'après notre analyse, 64% des clients préfèrent que ces produits soient distribués par les banques, vu qu'ils ont confiance en leur banque, les 36% qui restent préfèrent qu'ils soient distribués par les assurances.

Question 09 : Etes-vous pour ou contre cette commercialisation des produits d'assurance au sein des banques ? Pourquoi ?

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

Nous constatons que 62% des clients sont pour cette commercialisation au sein de la banque parce qu'ils disent que ces produits répondent à leurs besoins et leur permet de rembourser leur crédit en cas de sinistres et ne pas saisir le bien acheté.

Les 38% qui restent sont contre cette commercialisation, ils disent que ces produits sont mal adaptés à leurs besoins, ils sont des produits imposés par la banque et ils n'ont pas beaucoup d'information sur ces produits.

Question 10 : pensez-vous que les produits d'assurance commercialisés par la banque répondent à vos besoins ?

Nous remarquons que 62 % des individus que nous avons interrogé trouvent que la commercialisation de la bancassurance répond à leurs besoins avec un niveau de satisfaction moyen à partir de laquelle nous concluons que même si la bancassurance est un nouveau produit pour la BNA, la plupart des clients sont satisfaits par ce produit et l'ont vite adapté.

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

Conclusion

La bancassurance s'est apparemment bien installée au sein de la BNA. Elle a permis aux deux institutions bancaire et assurantielle de diversifier leurs activités et élargir leur gamme de produits proposés à leurs clientèles respectives. Les effets sur leurs activités, leurs résultats d'exercice et leurs personnels indiquent clairement que ce nouveau créneau est en passe de s'imposer comme une activité importante dans le développement de ce secteur financier. En effet, l'intégration des agences de la BNA de l'activité de bancassurance est conçue dans un esprit de réaliser les objectifs de rentabilité, de fidélité des clients et aussi la promotion de l'image de la banque.

La bancassurance dans sa forme la plus simple est la distribution des produits d'assurance à travers les canaux d'une banque. Elle décrète la fourniture d'un ensemble de services financiers qui couvrent les besoins des clients en produits bancaires et en produits d'assurance.

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

La bancassurance n'est pas un concept figé, il doit être adapté aux réalités et aux spécificités de chaque pays pour que les résultats escomptés soient atteints. Toute banque et compagnie d'assurance est tenue de trouver la formule stratégique adaptée à sa situation. La meilleure stratégie bancassurance dépend des forces et faiblesses de l'organisation existante et du choix du partenaire éventuel. La stratégie de création de filiale s'avère plus réussie que les autres, elle permet de consolider le développement de la bancassurance d'une manière plus efficiente.

Néanmoins, le choix d'une bonne stratégie de bancassurance reste insuffisant afin de réaliser de bons résultats. Un cadre réglementaire propice et un environnement fiscal favorable s'avèrent indispensables, ces derniers décident de l'environnement dans lequel s'opérera la transition vers la bancassurance et de l'orientation produit de la banque.

L'assurance profite d'un avantage qui consiste à exploiter les guichets bancaires pour la vente des produits assurantiels, ce qui facilite cette commercialisation vu la bonne image dont bénéficient les banques. À côté du niveau de confiance qui existe entre les individus et leurs banquiers. Cette situation rend compte de l'avantage que tire la banque de l'intégration du métier de l'assurance, celle-ci rentabilise sa structure et se déploie avec un éventail de produit qui renforce sa position concurrentielle.

La commercialisation des produits d'assurance par les banques est devenue enfin une réalité en Algérie, même si les signes de son expansion tardent à venir. Elle a été introduite sur le marché par le législateur à travers la loi du 20 février 2006 qui a favorisé le rapprochement entre les banques et compagnies d'assurance, dans le but d'enrichir et de dynamiser le secteur des assurances en général et la branche d'assurance de personnes en particulier et par conséquent assurer le développement économique et social.

C'est dans cette perspective que les banques algériennes ont vite adhéré à cette nouvelle activité, la démarche a été inaugurée en 2008 par les banques publiques algériennes, elle a été marquée tout d'abord par la convention permettant aux compagnies françaises de revenir investir en Algérie, mais aussi, par des conventions signées entre banques algériennes et compagnies d'assurances. Cependant ces dernières ont été signées sans suite à cause du retard qu'a causé la phase de préparation qui inclut le choix du partenaire, le choix des produits et la formation du personnel des banques... etc.

La bancassurance en Algérie est en son état primitif est appelée à se développer à l'aide de plusieurs éléments favorisant son essor comme la promulgation de textes autorisant le rapprochement entre les banques et les compagnies d'assurance par un accord de distribution ou une prise de participation, ainsi que le cadre réglementaire et fiscal encourageant les assurances de personnes, introduite par la loi de finance en 2006. De leur côté les banques doivent toutes s'engager dans des voies de bancassurance et mettre en œuvre tous les moyens nécessaires pour assurer un service de qualité qui répond aux attentes de la clientèle tout en se référant aux expériences étrangères dans la matière.

Mais d'après le bulletin du conseil national des assurances, les chiffres de 2015 qui dépassent la barre de 2 milliards de dinars confirment que la bancassurance en Algérie marque une forte croissance, elle a donc un avenir prometteur, et le concept de la bancassurance séduit de plus en plus les épargnants algériens, ce qui confirme notre deuxième hypothèse.

Dès lors, le choix de la bancassurance n'est pas un hasard pour les banques algériennes, il est motivé par plusieurs facteurs. En effet, d'un côté la bancassurance permet de rentabiliser au maximum la banque et de diversifier la gamme de produits offerts, d'un autre côté, elle permet d'offrir aux clients des services bancaires et assurantiels dans un même lieu et au même temps sans qu'ils se déplacent, ce qui les fidélise.

Durant notre travail de recherche nous avons tenté d'apporter des éléments de réponses à notre problématique, par le fait que le partenariat entre AGLIC et la BNA permet à celle-ci de diversifier avec efficacité la gamme de produits qu'elle offre ce qui ne peut qu'élargir d'avantage celle-ci afin de répondre aux besoins d'une clientèle de plus en plus exigeante, en effet, en adoptant une stratégie de diversification efficace la BNA pourrait ainsi fidéliser sa clientèle et assurer une croissance des marges bancaires par des entrées régulières de fonds, ce qui confirme notre première hypothèse.

Mais il faut noter que le chemin est encore long pour le développement de la bancassurance au sein de la BNA, cette dernière est appelée à s'adapter progressivement aux changements de l'environnement et aux évolutions de la demande de la clientèle, car la diversification des activités des banques notamment sur la distribution des produits d'assurance s'appuie sur des stratégies de marketing et de communication.

Pour conclure, nous pouvons dire que les banques algériennes doivent réussir le challenge de la bancassurance le plus rapidement possible afin de booster l'activité classique des banques en créant de nouveaux centres de profits à même rentabiliser leurs investissements actuels et futurs, qui permettra l'amélioration substantielle de la qualité des services offerts à la clientèle.

Bibliographie

Ouvrages

1. BERANGERL.M, CHEVALIER.M et LAUNAY.C « La bancassurance, analyse de la situation de la bancassurance », Edition groupe FOCUS, 2005.
2. BERNARD de Gryse, « La Bancassurance en mouvement », Edition Boech et Larcier, Bruxelles, 2005.
3. BERR Claud-j, GROUTEL d'Hubert, « Droit des assurances », Paris, DAUOZ, 8ème Edition, 1998.
4. BORDERIE.A.Lafitt.M, « La bancassurance stratégie et perspectives en France et en Europe », Edition revue banque, Paris, 2004.
5. CHAPUISAT Françoise, « Le droit des assurances », PUF, Paris, 1995.
6. DANIEL Jean Pierre, « Les enjeux de la bancassurance », Edition de Verneuil, Paris, 1995.
7. DUCHESNE Yann, cité par KEREN Vered, « La bancassurance, Que sais-je ? », Paris, 1997.
8. KEREN Vered, « La bancassurance : QUE SAIS-JE ? », 1ère édition, Paris, septembre 1997.
9. LAMBERT, DENIS Clair, « Economie des assurances », Armand colin, Paris, 1996.
10. LEACH Alan, « Bancassurance in practice », Munich RE Group, Munich, 2001.
11. MOCARD Julien « Le dictionnaire de l'assurance de LIMRA, (The Life Insurance Marketing and Research Association) », 3ème Edition, 2000.
12. VILLATTE Michel, « L'essor de la bancassurance », Encyclopédie des assurances, Ed Economia, Paris, 1998.

Revues

1. ACHOUCHE Mohamed, « *Revue sur l'évolution du secteur des assurance en Algérie, depuis l'indépendance* », Avril 2000.
2. ATLAS Conseil International, ATLAS magazine, « *L'actualité de l'assurance en Afrique et au Moyen-Orient* », Tunisie, N°10, avril, 2004.
3. BERNIER Gilles, « *La bancassurance au canada, mythe ou réalité, menace ou opportunité*», 1996.
4. Charles GIRAUD « *la bancassurance : tendances émergents, opportunités et défis* », Sigma n° 5/2007.
5. Conseil National des Assurances, « *Revue de presse sur la bancassurance* », janvier 2017.
6. Conseil National des Assurances, « *Revue de l'assurance N°5* », janvier à avril 2014.
7. Conseil National des Assurances, « *Revue de L'ASSURANCE N°14* », septembre 2016.
8. Guide des assurances en Algérie, édition 2015.
9. Guide des banques et établissements financiers en Algérie, édition 2015.
10. Industrie de la banque et de l'assurance, « *Une approche client similaire* », Euro Group, paris, 2002.
11. La Maison des Arts et Métiers « *Les réseaux de distribution d'assurance en France* » Solving, Mars 2007.

Articles

1. Article « Bancassurance SAA et BADR signent une convention », Le Maghreb : Le Quotidien de l'Economie, 21 avril 2008.
2. Article 72 de la loi n° 03-11 modifié et complété par l'ordonnance bancaire n° 10-04 relative à la monnaie et au crédit.
3. Article 03 du règlement n°95-06 relatif aux activités des banques et établissements financiers.
4. article 75 de l'ordonnance n°03-11 du 11/08/2003 modifiée et complétée par la loi n° 10-04 du 26/08/2010 relative à la monnaie et au crédit.
5. Article 228 de l'ordonnance n°95-07 modifiée et complétée et les dispositions apportées par l'arrêté du 20/02/2008.
6. Article 2 du décret exécutif n°07-153 du 22/05/2007.

7. Article 228 de l'ordonnance n°95-07 modifiée et complétée.
8. Article 3, 5, 6, du décret exécutif n°07-153.
9. Conformément à l'article 209 de l'ordonnance n°95-07 modifiée et complétée et le décret d'application n°07-153 (art7, 8 et 9).
10. Journal officiel de la république Algérienne N°59, le 22 Rabie El Aouel 1429/ 30 Mars 2008.

Lois et ordonnances

1. Loi n°06-04 du 20 février 2006 modifiant et complétant l'article 252 de l'ordonnance n°95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances.
2. Loi n°95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances.
3. Loi n°90-10 du 14 avril relative à la monnaie et au crédit.
4. Ordonnance n°03-11 modifiée et complétée par l'ordonnance bancaire n°10-04 relative à la monnaie et au crédit.
5. Ordonnance n°95-07 modifiée et complétée par la loi n° 06-04 du 20 février 2006 sur les assurances.
6. Ordonnance bancaire n°10-04 du 26 août 2010 modifiant et complétant l'ordonnance bancaire n°03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

Sites internet

1. <https://www.ca-assurances.com/>
2. <https://www.le-succes-de-la-bancassurance-en-france.com>
3. <http://www.cna.dz/>
4. www.bnpparibas.dz
5. www.trust-assurance.dz
6. www.bna.dz
7. www.aglic.dz
8. www.mémoireonline.com
9. www.bancassurance.com
10. <https://www.albaraka-bank.com>

Liste Des Tableaux

N° Tableau	TITRES	Pages
Tableau n°01	Taux maximum de commissions reçues par les banques sur chaque produit d'assurance.	
Tableau n°02	Les principaux accords signés entre les banques et les compagnies d'assurances.	
Tableau n°03	Taux de réduction appliqué sur le tarif individuel.	
Tableau n°04	Majoration de personnes âgées.	
Tableau n°05	Récapitulatif de l'exercice de l'agence (583) pour le produit ADE.	
Tableau n°06	Les réseaux de distributions les plus connus par les clients.	
Tableau n°07	Produits d'assurance les plus connus.	

Liste des figures

Figure N°	Titres	Pages
Figure n°01	Les actionnaires d'AGLIC en pourcentage.	
Figure n°02	Les réseaux de distribution des produits d'assurance.	
Figure n°03	Les produits d'assurance les plus connus par les individus.	

Liste des graphiques

Graphe N°	Titres	Pages
Graphe n°01	Evolution des contrats souscrits au sein de l'agence (583).	
Graphe n°02 :	Evolution des primes nettes ADE au sein de l'agence (583).	
Graphe n°03 :	Evolution des primes de commissions pour l'agence (583).	

Guide d'entretien (ANNEXE-11)

Question 01 : Pourquoi vous avez opté pour la bancassurance ?

Question 02 : Pourquoi vous avez choisi cette compagnie d'assurance ?

Question 03 : Quels sont les produits d'assurance commercialisés par votre agence ?

Question 04 : Quelle est la part des produits d'assurance dans le total des produits commercialisés par votre agence ?

Question 05 : Comment elle est la demande de vos produits d'assurance ?

Question 06 : Avez-vous des produits d'assurance préférable par les clients ?

Si oui, quelles sont les plus demandé

Question 07 : Quel est la catégorie des clients qui demande plus vos produits ?

Question 08 : Comment vous gérez les produits d'assurance ? :

- Par vous-même.

-En faisant appel à un agent de la compagnie d'assurance avec la quelle vous êtes conventionnés.

-Vous êtes un simple intermédiaire et c'est la compagnie d'assurance qui se charge de la gestion de ces produits.

Question 09 : Pourquoi avez-vous un seul personnel spécialisé à la bancassurance ?

Question 10 : Vos clients sont-ils bien informés sur les produits d'assurance disponible dans votre agence ?

Question 11 : Quels sont les moyens utilisés par votre agence pour les informés ?

Question 12 : Est-ce que ces produits sont imposés aux clients ou bien sont ou choix ?

Question 13 : quel est l'impact de la bancassurance sur votre agence ?

Question 14 : Est-ce que vous avez fait votre formation avant où après le lancement du produit ?

Questionnaire pour la clientèle

(ANNEXE-10)

Question 01 : Parmi les alternatives suivantes, quels sont les réseaux de distribution des produits d'assurance que vous connaissez ?

- compagnie d'assurance
- l'agent général
- la banque
- le courtier

Question 02 : Quels sont les produits d'assurance que vous connaissez ?

Question 03 : Savez-vous que la BNA vend des produits assurantiels ?

Oui Non

Question 04 : Selon vous, la bancassurance est :

- La distribution des produits d'assurance par les banques.
- La transformation du banquier à la fois en banquier et assureur.
- Une forme de coopération entre banque et assurance.

*cochez la bonne réponse.

Question 05 : Avez-vous souscrit un contrat d'assurance auprès de votre banque ?

Oui Non

Question 06 : Quels sont les produits bancassurance que vous connaissez ? Et vous êtes souscrits à quel contrat ?

Assurance voyage et assistance

Assurance décès emprunter

Question 07 : Pensez-vous que ces produits sont imposés par la banque ?

Oui Non

Question 08 : Préférez-vous que ces produits soient distribués par les banques ou par les compagnies d'assurance ?

Question 09: Etes-vous pour ou contre cette commercialisation des produits d'assurance au sein des banques ? Pourquoi ?

Question 10: Pensez-vous que les produits d'assurance commercialisés par la banque répondent à vos besoins ?

Oui

Non

Si oui, quel est le niveau de votre satisfaction

Faible

Moyen

Très fort

Table des matières

Liste des abréviations

Glossaire

Introduction générale.....	13
----------------------------	----

Chapitre 1 : Genèse et fondement de la bancassurance

Introduction.....	18
--------------------------	-----------

Section 1 : Présentation de la bancassurance.....	19
--	-----------

1.Origines de la bancassurance.....	19
-------------------------------------	----

2. historique de la bancassurance.....	19
--	----

2.1. En Europe.....	19
---------------------	----

2.1.1. En France.....	20
-----------------------	----

2.1.2. En Espagne.....	20
------------------------	----

2.1.3. En Italie.....	21
-----------------------	----

2.1.4. En Belgique.....	21
-------------------------	----

2.1.5. En Grande Bretagne.....	21
--------------------------------	----

2.2. En Amérique.....	22
-----------------------	----

2.3. En Afrique.....	22
----------------------	----

2.3.1. En Tunisie.....	22
------------------------	----

2.3.2. Au Maroc.....	23
----------------------	----

2.3.3. En Algérie.....	23
------------------------	----

3. Définition de la bancassurance.....	24
--	----

Section 2 : Les différents produits de bancassurance.....	26
--	-----------

1. Les assurances aux particuliers.....	26
---	----

1.1. Assurance de bien et responsabilité.....	26
---	----

1.1.1. Assurance automobile.....	26
----------------------------------	----

1.1.2. Assurance multi risque habitation.....	27
---	----

1.1.3. Assurance garantie accident de la vie.....	27
---	----

1.1.4. Assurance de moyens de paiement.....	28
---	----

1.1.5. Assurance scolaire.....	28
--------------------------------	----

1.1.6. Assurance juridique.....	28
---------------------------------	----

2. Les assurances particuliers.....	29
-------------------------------------	----

2.1. Assurance de personne.....	29
---------------------------------	----

2.1.1. Assurance vie.....	29
---------------------------	----

2.1.2. Assurance décès invalidité temporaire.....	29
---	----

2.1.3. Assurance capitalisation ou bon au porteur.....	30
--	----

2.1.4. Assurance complémentaire.....	30
--------------------------------------	----

3. les assurances professionnelles.....	30
---	----

3.1. L'assurance décennale.....	30
---------------------------------	----

3.2. L'assurance homme clef.....	30
----------------------------------	----

3.3. L'assurance perte exploitation.....	30
--	----

Section 3 : Les objectifs de la bancassurance.....	31
---	-----------

1. Les objectifs de rentabilité.....	31
--------------------------------------	----

1.1. Les commissions.....	31
1.2. Les dividendes.....	31
1.3. La création de valeur.....	32
2. Objectif de fidélisation de la clientèle.....	32
Conclusion.....	34
Chapitre 2 : Enjeux et perspectives de la bancassurance	
Introduction.....	36
Section 1 : Les avantages de la bancassurance.....	37
1. les avantages pour la banque.....	37
1.1. La rentabilisation des ressources.....	37
1.2. Les effets de taille et de gamme.....	37
1.3. La fidélisation de la clientèle.....	38
1.4. Le renforcement des fonds propres.....	38
2. les avantages pour les compagnies d'assurance.....	38
2.1. Une meilleure appréciation des risques.....	38
2.2. Le renforcement des fonds propres.....	39
2.3. L'amélioration de la rentabilité.....	39
2.4. L'accès à une large clientèle.....	39
3. les avantages pour les clients.....	39
3.1. L'amélioration de la qualité d service.....	39
Section 2 : Les limites et risques de la bancassurance.....	41
1. Les limites de la bancassurance pour la banque.....	41
1.1. Les risques sur l'image de la banque.....	41
1.2. Les divergences de cultures commerciales.....	41
1.3. La formation du personnel.....	41
2. les limites de la bancassurance pour les compagnies d'assurance.....	42
2.1. Le transfert du centre de décision.....	42
2.2. Le traitement des sinistres et la sélection des risques.....	42
2.3. Le secret bancaire.....	43
Section 3 : Les facteurs du succès de la bancassurance.....	44
3.1. Les facteurs exogènes.....	44
3.1.1. L'environnement.....	44
3.1.2. L'image sur le marché.....	44
3.1.3. Le comportement des consommateurs.....	45
3.1.4. Le taux de pénétration de l'assurance.....	45
3.2. Facteurs endogènes.....	45
3.2.1. Le réseau de distribution.....	45
3.2.2. Les caractéristiques des produits d'assurance commercialisés.....	46
3.2.3. Les modèles retenus.....	46
Conclusion.....	48
Chapitre 3 : La bancassurance en Algérie	
Introduction.....	49
Section 1 : Les secteurs assurantiels et bancaires en Algérie.....	50

1.1. Aperçu sur le secteur algérien des assurances.....	50
1.1.1. La période 1962-1989.....	50
1.1.2. La période 1989-2006.....	51
1.1.3. La période 2006-2013.....	52
1.2. Les intervenants dans le marché algérien des assurances.....	52
1.2.1. Agents généraux.....	53
1.2.2. Les courtiers.....	53
1.2.3. Les banquiers.....	53
1.2.3. Les institutions autonomes.....	54
2. Aperçu sur le secteur algériens des banques.....	55
2.1. Un système bancaire public.....	55
2.2. Le monopoles de l'état.....	55
2.3. La privatisation du secteur.....	56
2.2.1. La loi n° 90-10 du 14 avril relative à la monnaie et au crédit.....	56
2.2.2. L'ordonnance n° 03-11 du 26 aout 2003 relative à la monnaie et au crédit....	57
2.2.3. L'ordonnance n° 10-04 du 26 aout 2010 relative à la monnaie et au crédit....	57
2.3. Les acteurs du système bancaire et financier en Algérie.....	58
Section 2 : Les conventions de la bancassurance en Algérie.....	59
2.1. La naissance de la bancassurance en Algérie.....	59
2.2. Références législatives et procédures de mise en place de la bancassurance.....	60
2.3. Procédures de mise en place de la bancassurance.....	60
2.3.1. Conditions de distribution.....	60
2.3.2. La convention.....	60
2.3.3. La formation.....	61
2.3.4. Les produits distribués.....	61
2.3.5. La rémunération.....	61
2.4. Les différents accords de partenariats existants en Algérie.....	62
2.4.1. La convention CNEP Banque/ CARDIF.....	62
2.4.2. La convention BDL/ SAA.....	63
2.4.3. La convention BADR/ SAA/ AMANA.....	63
2.4.4. La convention BNA/ AGLIC.....	64
2.4.5. La convention BEA/ CAAR/ CAAT.....	64
2.4.6. La convention CPA/ CAAR.....	64
2.4.7. La convention SGA/ AXA.....	65
2.4.8. La convention AL BARAKA/ SALAMA assurance.....	65
2.4.9. La convention BNP Paribas/ CARDIF.....	65
2.4.10. La convention TRUST Bank/ TRUST assurance.....	65
Section 3 : Le développement de la bancassurance en Algérie et ces obstacles.....	67
3.1. Les principales raisons qui entravent le rapprochement des activités de banque et assurance en Algérie.....	67
3.2. Le développement de la bancassurance en Algérie.....	67
3.3. Les obstacles au développement de la bancassurance en Algérie.....	67
Conclusion.....	71
Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA	

Introduction	73
Section 1 : Présentation de la BNA et de la compagnie d'assurance AGLIC	74
1.1. Présentation générale de la BNA	74
1.1.1. Historique	74
1.1.2. Structure et organisation de la BNA	75
1.1.3. Les missions d'une agence de la BNA	77
1.1.4. Les objectifs de la BNA	78
1.2. Présentation de la compagnie d'assurance AGLIC	78
1.2.1. Description	78
1.2.2. Présentation	78
1.2.3. Les actionnaires	79
1.2.4. Les principaux produits d'assurance	80
Section 2 : Les produits bancassurance commercialisés par la BNA	81
1. Assurance de personne	81
1.1. Assurance voyage et assistance	81
1.1.1. Les garanties prévues	82
1.1.1.1. Assurance garantie de base	82
1.1.1.2. Assurance garantie complémentaire	83
1.1.2. Critères de tarification	83
2. Assurance décès emprunteur	86
2.1. Assurance décès emprunteur « crédit immobilier »	86
2.2. Assurance décès emprunteur « crédit à la consommation »	87
Section 3 : Etude d'un produit d'assurance et analyse des résultats de questionnaire	88
1. Définition de l'assurance emprunteur BNA	88
1.1. La cible	88
1.2. Exclusion relative à la garantie	88
1.2.1. Pour décès	88
1.2.2. Pour IAD	88
1.3. Avantages de l'assurance emprunteur	89
1.4. Evolution du produit ADE au niveau de la BNA	89
2. interprétation des résultats	93
Conclusion générale	100
Bibliographie	
Listes des tableaux et graphiques	
Annexes	
Table des matières	
Résumé	

SOMMAIRE

Liste des abréviations

Glossaire

Introduction générale.....13

Chapitre 1 : Genèse et fondement de la bancassurance

Section 1 : Présentation de la bancassurance.....19

Section 2 : Les différents produits de bancassurance26

Section 3 : Les objectifs de la bancassurance.....31

Chapitre 2 : Enjeux et perspectives de la bancassurance

Section 1 : Les avantages de la bancassurance.....37

Section 2 : Les limites et risques de la bancassurance.....41

Section 3 : Les facteurs du succès de la bancassurance.....44

Chapitre 3 : La bancassurance en Algérie

Section 1 : Les secteurs assurantiels et bancaires en Algérie.....50

Section 2 : Les conventions de la bancassurance en Algérie.....59

Section 3 : Le développement de la bancassurance en Algérie et ces obstacles.....67

Chapitre 4 : La pratique de la bancassurance au sein de la BNA

Section 1 : Présentation de la BNA et de la compagnie d'assurance AGLIC.....74

Section 2 : Les produits bancassurance commercialisés par la BNA.....81

Section 3 : Etude d'un produit d'assurance offert aux guichets de la BNA et interprétation des résultats.....88

Conclusion générale.....100

Bibliographie

Listes des tableaux et graphiques

Annexes

Table des matières

Résumé

