

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET
DES SCIENCES DE GESTION
DEPARTEMENT DES FINANCES ET COMPTABILITES



MÉMOIRE DE FIN CYCLE

**En vue de l'obtention du diplôme de Master en science financière et
comptabilité**

Spécialité : finance des banques et des assurances

Thème

***La bancassurance et ses perspectives en Algérie, Cas de
la BADR de Tizi-Ouzou agence N°580***

Réalisée par :

KASMI Sonia

KHELOUL Louiza

Jury composé de :

Présidente : Mme AMIAR Lila (Professeure)

Rapporteur : Mme FERRAT Massilva (MCB)

Examinatrice : Mme LIMANI Ratiba (MAA)

Promotion : 2024/2025

REMERCIEMENT

Tout d'abord nous exprimons nos remerciements à Dieu le bienveillant qui nous a donné la force et le courage d'aller au bout de notre objectif.

Nous avons l'honneur et le plaisir d'exprimer notre profonde gratitude à Mme FERRAT MASSILVA, notre promotrice pour ses conseils et ses orientations, sa disponibilité et sa confiance qu'elle nous a accordée, l'aide précieuse qu'elle n'a cessé de nous apporter tout au long de ce travail,

Merci pour tous vos efforts. Les membres de jury qui ont eu l'amabilité de lire et d'évaluer ce travail trouveront, ici, l'expression de ma considération et de mon respect.

Nous ne remercierons jamais suffisamment le personnel de la BADR Tizi-Ouzou agence N° 580, pour avoir mis à notre disposition tous les moyens nécessaires, leurs disponibilités et qui n'ont à aucun moment épargné leurs efforts pour nous aider, tout au long de notre stage.

Enfin, on tient à remercier tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la mise en œuvre de ce modeste travail, Ainsi l'ensemble des enseignants qui nous ont transmis leurs connaissances durant notre formation universitaire.

DEDICACE

*À mes parents, qui ont cru en moi avant même que
j'y croie moi-même,*

*À mon frère et mes sœurs, complices de toujours et
sources de motivation,*

*À ma famille, pilier de ma force et source
inépuisable d'encouragements,*

*À ma chère binôme, merci d'avoir rendu cette
dernière ligne droite vers le diplôme si mémorable,*

Mission accomplie !

*À mes amis, compagnons de route qui ont rendu ce
parcours plus lumineux,*

*À mes professeurs, qui ont su transmettre leur
passion et éclairer mon chemin,*

*À tous ceux qui, par leur présence, leur soutien et
leur confiance, ont rendu possible l'aboutissement
de ce travail.*

*Ce mémoire vous est dédié avec toute ma gratitude
et mon affection.*

*"Le savoir que l'on ne complète pas chaque jour
diminue tous les jours."*

DEDICACE

*À mes chers parents, pour votre amour
inconditionnel et vos sacrifices qui ont rendu ce
rêve possible.*

*À mes frères et ma sœur, pour votre soutien
constant et cette complicité qui m'a toujours porté
vers l'avant.*

*À ma famille, pour votre présence rassurante et ces
valeurs qui m'ont guidé tout au long de ce
parcours.*

*À ma chère binôme, pour cette collaboration
exceptionnelle et ces moments de travail partagés
qui ont enrichi cette expérience.*

*À mes amis, pour votre fidélité inébranlable et ces
encouragements qui ont illuminé les moments
difficiles.*

*À mes professeurs, pour votre guidance éclairée et
ces enseignements précieux qui ont façonné ma
formation.*

*Ce mémoire est le fruit de votre amour, de votre
soutien et de votre confiance. Il vous est dédié avec
toute ma gratitude.*

LOUIZA



Sommaire

Sommaire

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre I : Cadre théorique de la bancassurance	
INTRODUCTION	5
SECTION 1 : LE CONCEPT DE LA BANQUE ET LE CONCEPT DE L'ASSURANCE	5
SECTION 2 : LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE.....	16
SECTION 3 : LES SPECIFICITES DE LA BANCASSURANCE	23
CONCLUSION	38
Chapitre II : Etat des lieux de la bancassurance_en algerie	
INTRODUCTION.....	39
SECTION 1 : EVOLUTION DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE.....	39
SECTION 2 : LES STRATEGIES, ENJEUX ET DEFIS DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE.....	44
SECTION 3 : LES PERSPECTIVES POUR LE DEVELOPPEMENT DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE	50
CONCLUSION	54
Chapitre III : Stratégie de la BADR en bancassurance : bilan, défis et perspectives	
INTRODUCTION	55
SECTION 1 : PRESENTATION ET HISTORIQUE DE LA BADR TIZI-OUZOU AGENCE N°580	55
SECTION 2 : PRESENTATION DES ACCORDS DE COOPERATION BADR-SAA ET BADR-AMANA	61
SECTION 3 : LA PRATIQUE DE LA BANCASSURANCE AU SEIN DE LA BADR DE TIZI-OUZOU	70
CONCLUSION	91
Conclusion générale	93
bibliographie	
Annexes	
Table des matières	

Introduction générale

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Introduction générale

Tout être humain a un besoin universel d'assurance. Depuis toujours, l'homme a recherché des moyens pour se protéger d'un monde rempli de dangers, de nuisances ou de dommages dont il est involontairement la proie, entreprise, l'homme a toujours envisagé le risque de la catastrophe, il essaie de s'en préserver d'avance en s'en remettant à une sécurité qui le rassure et le protège. La naissance et le développement de l'assurance sont l'un des caractéristiques de la civilisation économique moderne, cependant ces opérations ne nécessitant ni outillage ni matières premières, et ainsi l'on aurait pu concevoir leur développement dans les économies commerciales de l'antiquité et du moyen âge.

Dans le paysage du système financier, les banques et les assurances se positionnent comme des acteurs essentiels, jouant un rôle crucial dans la dynamique économique. En transformant l'épargne en investissements, ces institutions contribuent à la création de richesse et à l'essor des opportunités d'emploi, stimulant ainsi la croissance économique.

Cette interconnexion entre la banque et l'assurance a donné naissance à un phénomène innovant « la bancassurance ». Ce concept se traduit par la distribution de produits d'assurance via les canaux bancaires, illustrant une synergie qui répond à une vision stratégique des banques. En diversifiant leurs sources de revenus et en élargissant leur gamme de produits, les banques cherchent non seulement à renforcer la satisfaction client mais aussi à améliorer leur rentabilité.

La bancassurance a émergé dans les années 1980 en Europe grâce à des partenariats stratégiques entre les banques et les compagnies d'assurance. Cette collaboration a été extrêmement avantageuse pour les deux secteurs, car les banques ont pu élargir considérablement leur gamme de services et leur clientèle, tout en permettant aux assureurs d'améliorer de manière significative leur accessibilité et leur visibilité sur le marché. Ce rapprochement a favorisé une approche véritablement centrée sur le client, permettant aux consommateurs de bénéficier d'un guichet unique pour l'ensemble de leurs besoins financiers. Grâce à cette innovation, les clients ont pu accéder à des produits variés, allant des comptes d'épargne aux polices d'assurance, ce qui a augmenté leur satisfaction et facilité leurs démarches.

La bancassurance en Algérie désigne la distribution des produits d'assurance via les réseaux bancaires, un concept introduit officiellement par la loi n°06-04 du 20 février 2006, qui a permis aux banques de commercialiser des contrats d'assurance après la signature de conventions avec les compagnies d'assurance. Ce mode de distribution vise à rapprocher les activités bancaires et assurantielles afin d'optimiser la gestion des risques et d'élargir l'accès aux produits d'assurance, notamment dans le domaine des assurances de personnes telles que l'assurance temporaire décès ou l'assurance voyage. Malgré ce cadre légal favorable, la bancassurance en Algérie reste encore peu développée et limitée en termes de diversification des produits proposés, comparativement à d'autres pays où elle constitue un canal majeur de distribution des assurances individuelles.

Considérant cette situation, nous estimons qu'il est pertinent d'explorer le phénomène de la bancassurance. Celui-ci a conduit les banques à franchir la barrière traditionnelle qui distingue le secteur bancaire de l'assurance. Nous examinerons également la situation actuelle de la bancassurance en Algérie, en mettant particulièrement en lumière l'expérience de la Banque d'Agriculture et de Développement Rural en bancassurance.

Problématique :

De ce fait la problématique formulée est la suivante :

Dans quelle mesure la bancassurance contribue-t-elle à la diversification de ses produits et à la consolidation de sa position sur le marché bancaire algérien ?

Cette question centrale suscite des questions subsidiaires, notamment :

- Qu'est-ce que la bancassurance et quels sont ses principaux mécanismes de fonctionnement ?
- Quelle est la situation de la bancassurance en Algérie ?
- Quels types de produits d'assurance sont commercialisés par la BADR via la bancassurance ? et quel est l'impact de la bancassurance sur l'activité de la BADR ?

Hypothèses :

Hypothèse 1 : La bancassurance constitue un levier stratégique significatif pour la diversification des produits bancaires et le renforcement de la position concurrentielle des banques sur le marché algérien.

Hypothèse 2 : La bancassurance repose sur des mécanismes de distribution intégrés qui permettent aux établissements bancaires de proposer des produits d'assurance standardisés et adaptés à leur clientèle existante, générant ainsi des synergies opérationnelles et commerciales.

Objectif :

Cette démarche vise à atteindre les objectifs ci-dessous

- Analyser le phénomène de la bancassurance en Algérie, en mettant en lumière son rôle dans la promotion de la rentabilité bancaire.
- Souligner le rôle de la bancassurance dans la promotion de la rentabilité bancaire.
- Comprendre les mécanismes de fonctionnement de la bancassurance.
- Analyser le cadre réglementaire encadrant cette activité en Algérie.
- Évaluer l'impact de la bancassurance sur la performance économique des banques.

Le choix de sujet :

Les raisons ayant conduit au choix de ce sujet « La bancassurance et ses perspectives en Algérie, cas de BADR Tizi-Ouzou N° 580 » :

- La bancassurance est un phénomène en plein essor en Algérie, au cœur des réformes du secteur financier visant à améliorer la rentabilité des banques et à dynamiser le marché de l'assurance.
- Il s'inscrit dans le cadre de notre formation de Master intitulé « Finance des banques et des assurances ».
- Nous avons choisi de concentrer notre étude sur l'agence n° 580 en raison de la densité remarquable du réseau de distribution de la BADR, qui en fait la première banque à réseau en Algérie. Par ailleurs, la BADR détient une position dominante sur le marché agricole, ce qui constitue un avantage stratégique pour la commercialisation des produits d'assurance agricole. De plus, son partenariat avec un acteur majeur du secteur des assurances en Algérie, la SAA renforce la pertinence de ce choix pour l'analyse de la bancassurance dans ce contexte spécifique.

Méthodologie :

Pour atteindre ces objectifs, une démarche méthodologique combinant une approche théorique et une étude empirique a été adoptée.

La première étape consiste en une revue approfondie des écrits relative à la bancassurance, incluant ses concepts, son évolution internationale, et son cadre réglementaire en Algérie.

Ensuite, une analyse approfondie du marché algérien de la bancassurance est réalisée, appuyée par l'étude de cas pratique de la BADR Tizi-Ouzou, basée sur l'exploitation de documents internes, des rapports financiers, ainsi que des entretiens semi directifs avec des responsables bancaires et assurantiels. Cette méthodologie descriptive et explicative permet d'analyser à la fois les dimensions conceptuelles et opérationnelles de la bancassurance, afin d'évaluer son impact sur la rentabilité bancaire et d'identifier les leviers d'amélioration.

Structure du travail :

Notre travail de recherche intitulé « La bancassurance et ses perspectives en Algérie, cas de la BADR Tizi-Ouzou N° 580 », qui s'inscrit dans une démarche visant à analyser le développement et les perspectives d'une activité innovante au sein du système financier algérien, en mettant l'accent sur le rôle croissant de la bancassurance dans le contexte spécifique de la BADR à Tizi-Ouzou. »

L'étude s'organise autour de trois chapitres qui seront abordés comme suit :

- **Le premier chapitre**, intitulé « Cadre théorique de la bancassurance » sera subdivisée en trois sections. Abordera successivement le concept de la banque et de l'assurance, les fondements de la bancassurance, ainsi que les stratégies mises en œuvre dans ce domaine.
- **Le deuxième chapitre**, intitulé « Etat des lieux de la bancassurance en Algérie » sera composé de trois sections. Traitera dans l'ordre l'évolution de la bancassurance en Algérie, les stratégies et les enjeux, ainsi que les défis et les perspectives de la bancassurance dans ce pays.
- **Le troisième chapitre**, intitulée « Expérience de LA BADR en bancassurance ». Présente une analyse détaillée de la mise en œuvre de la bancassurance au sein de la Banque d'Agriculture et de Développement Rural, en s'appuyant sur l'étude des produits proposés, des partenariats établis, ainsi que des résultats financiers et commerciaux obtenus dans ce domaine.



Chapitre I : Cadre théorique de la bancassurance

Introduction

Les banques et les compagnies d'assurances évoluent dans un environnement économique dynamique, marqué par la libéralisation de l'économie nationale. Cette évolution a conduit à des rapprochements entre ces deux secteurs, tout en préservant leurs spécificités propres aux activités qu'ils exercent. Le phénomène de bancassurance, qui s'est développé rapidement en Europe depuis les années 1980, a contribué à effacer les frontières entre ces deux secteurs. En conséquence, diverses stratégies ont été mises en œuvre, adaptées au niveau d'intégration de la bancassurance dans chaque économie nationale.

Section 1 : le concept de la banque et le concept de l'assurance

La banque et l'assurance sont deux piliers du secteur financier, la banque gère les flux monétaires et le crédit, tandis que l'assurance protège contre les risques financiers. Leur complémentarité permet d'offrir des solutions globales aux clients.

Cette section abordera des notions de base sur la banque. Elle est structurée selon les points suivants : tout d'abord, le premier point sera consacré à la définition de la banque. Le second point, exposera la typologie des banques, le troisième point présentera les principales fonctions et rôle de la banque, le dernier point présente le bilan de la banque.

1. Le concept de la banque :

La banque est une institution financière essentielle qui collecte les dépôts et accorde des crédits pour soutenir l'économie. En Algérie comme à l'international, elle joue un rôle clé dans le financement des particuliers et des entreprises. Selon leurs fonctions, les banques se divisent en plusieurs types adaptés aux besoins économiques. Leur bilan reflète leur santé financière et la gestion des risques liés à leurs activités.

1.1. Définition générale :

Les banques sont le passage obligé du financement d'une économie : « Sans les banques, pas de financement », sans financement, pas de capacité d'investissement des entreprises car l'autofinancement ne suffit plus. Sans les banques, pas de support pour accueillir l'épargne des ménages.¹

La banque est souvent perçue comme dotée d'un pouvoir mystérieux, dans ses origines, dans ses décisions et dans ses actes qui paraissent souvent inexplicables. Mais le grand public premier utilisateur de la banque, la considère également comme une institution indispensable qui organise, régule et sécurise ses relations à l'argent.

Pour le chef d'entreprise, la banque est le partenaire. Il compte sur elle pour le développement de son affaire, sur place ou à l'autre bout du monde. Néanmoins, il estime souvent qu'elle ne prend pas de risque, qu'elle ne prête qu'aux riches et qu'elle se retire lorsqu'il en a besoin.

¹ Catherine Karyotis, « L'essentiel de la banque » 2022-2023 9e édition.

Pour l'État, si la banque est à surveiller au nom du principe fondamental de sécurité de la monnaie et des transactions, il l'utilise trop fréquemment comme un moyen d'intervention et de pouvoir sur l'économie.

Sur les marchés financiers, la banque est un opérateur essentiel. L'offre et la demande de capitaux devenues aujourd'hui planétaires pour financer le développement du commerce international, ont eu pour conséquence le développement d'une activité importante, ayant sa propre logique, ses fluctuations et ses risques, et conduisant la banque à s'y adapter.

Vue par les banquiers eux-mêmes, la banque est avant tout une grande administration hiérarchisée, voire contraignante qui doit servir des clients aux besoins de plus en plus complexes, elle a aussi pour objectifs de vendre et de faire du profit. Dépositaires d'un pouvoir difficile à exercer et quelquefois contesté, les banquiers gèrent rigueur et ambiguïté en effet, travaillant sur la matière première qu'est l'argent, réalisant toutes les transactions que la demandent ses clients, la banque devient le vecteur de leurs intentions.¹

1.1.1. Définition juridique :

La notion « d'établissement de crédit », qui se substitue en vertu d'une directive Européenne (Française) de 1977 au vocable « banque », est définie par l'article 1 de la loi bancaire de janvier 1984 qui précise :

« Les établissements de crédits sont des personnes morales qui effectuent à titre de profession habituelle des opérations de banque ».

Les opérations de banques comprennent la réception de fonds du public, les opérations de crédit, ainsi que la mise à disposition des moyens de paiement vis-à-vis de la clientèle ou la gestion de ces mêmes moyens de paiement.

Cette définition, bien que réunissant les qualités de clarté et de concision, reste très juridique et se limite à l'énumération des opérations qui permettent, pour une entreprise les réalisant, d'obtenir le statut d'un établissement de crédit. Ces différentes opérations (réception des dépôts du public, octroi de crédit et mise à disposition de moyens de paiement) sont d'ailleurs explicitées clairement dans les articles 2, 3 et 4 de la même loi bancaire.

Nous proposons de nous référer à une définition qui situe mieux le rôle et la fonction économique d'un établissement d'un crédit.²

1.1.2. Définition économique :

Cette définition économique pourrait être :

« La banque est l'intermédiaire entre offreurs et demandeurs de capitaux et ceci à partir de deux processus distincts :

- En intercalant son bilan entre offreurs et demandeurs de capitaux, c'est l'intermédiation bancaire (1 et 2) ;

¹ GUY Caudamine et JEAN Montier, « Banque et marchés financiers » (economica).

² DELMAS-MARSALET Jacques., « La banque : fonctionnement et stratégies », Edition Economica, Paris, 1995, p. 7.

- En mettant en relation directe offreurs et demandeurs de capitaux sur un marché de capitaux (marché, financier, monétaire...) c'est le phénomène de désintermédiation (3et4). »¹

1.2. Types de la banque :

Dans le temps et dans l'espace le secteur bancaire a connu des classifications diverses. Parmi les critères de classification nous retenons : le caractère public, privé et mutualiste de capital social.

- La partie spatiale des activités bancaires (locales, régionales, internationales, continentales ;
- La délimitation temporelle des produits d'épargne collectées, plus deux années pour les banques d'affaire et moins de deux ans pour les banques de dépôt ;
- La spécialisation fonctionnelle des banques (banque immobilière, banque agricole, banque commerciale, banque industrielle et banque de PME, PMI).²

Pendant ailleurs Il existe plusieurs types de banques en fonction des activités qu'elles entreprennent.

1.2.1. Banque de dépôts :

Établissement financier dont l'activité principale est de recevoir des dépôts du public, l'octroi de crédit, la mise à la disposition du public les moyens de paiement et les opérations de change.

1.2.2. La banque d'affaire :

Banque dont l'activité principale est outre l'octroi de crédits, la prise et la gestion de participation.

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

1.2.3. La banque commerciale :

Banque de second rang désigne des banques qui, dans un système bancaire hiérarchisé émettent leurs propres monnaies scripturales. Ces banques assurent quatre fonctions : gestion des dépôts du public, création de monnaie scripturale, gestion des moyens de paiement, octroi de crédit.

¹DELMAS-MARSALET Jacques, Op.cit. , p.8

² <https://cursa.app/fr/page/types-de-banques>

1.3. Les principales fonctions et rôle de la banque :

La banque joue un rôle essentiel dans l'économie en assurant plusieurs fonctions fondamentales. Elle collecte les dépôts pour sécuriser l'épargne, accorde des crédits afin de financer les projets, facilite les transactions grâce à la gestion des moyens de paiement, et agit comme intermédiaire financier en mettant en relation les épargnants et les emprunteurs.

1.3.1. Collecte des dépôts :

Les banques algériennes collectent les dépôts des particuliers et des entreprises sous forme de comptes courants, d'épargne ou à terme. Ces dépôts sont utilisés pour financer les activités bancaires, notamment l'octroi de crédits. Selon un mémoire sur le système bancaire algérien, les dépôts à vue incluent les comptes chèque et les comptes sur livret d'épargne, tandis que les dépôts à terme comprennent les comptes à terme et les bons de caisse.

1.3.2. Octroi de crédits :

Les banques algériennes utilisent une partie des dépôts pour accorder des prêts aux agents économiques. Cette fonction est cruciale pour financer les investissements, la production et la consommation. Les fonds recueillis auprès des déposants sont utilisés pour accorder des crédits aux entreprises et aux particuliers dignes de confiance.

1.3.3. Gestion des moyens de paiement :

Les banques algériennes facilitent les transactions financières en fournissant divers moyens de paiement tel que les chèques, les cartes bancaires et les virements électroniques. Ces outils permettent aux clients d'effectuer des paiements et des transferts de fonds de manière sécurisée et efficace.

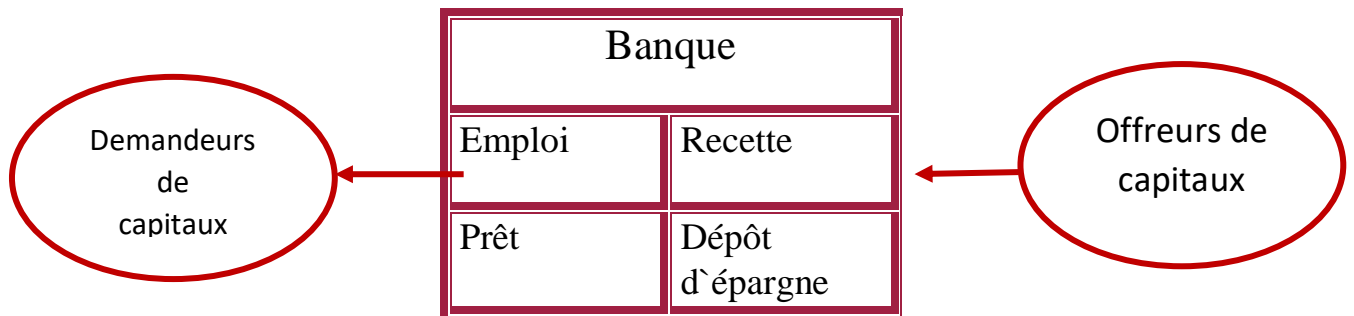
1.3.4. Intermédiation financière :

Les banques jouent un rôle d'intermédiaire entre les épargnants et les emprunteurs. Elles collectent les capitaux disponibles et les mettent à disposition des entreprises ou des particuliers qui en ont besoin pour investir ou consommer.

Ce rôle est essentiel pour mobiliser l'épargne nationale et la diriger vers des projets économiques viables.¹

¹ [Banques : un rôle clé dans le développement économique du pays depuis l'indépendance](#)

Figure N° 1 : Intermédiation de la banque



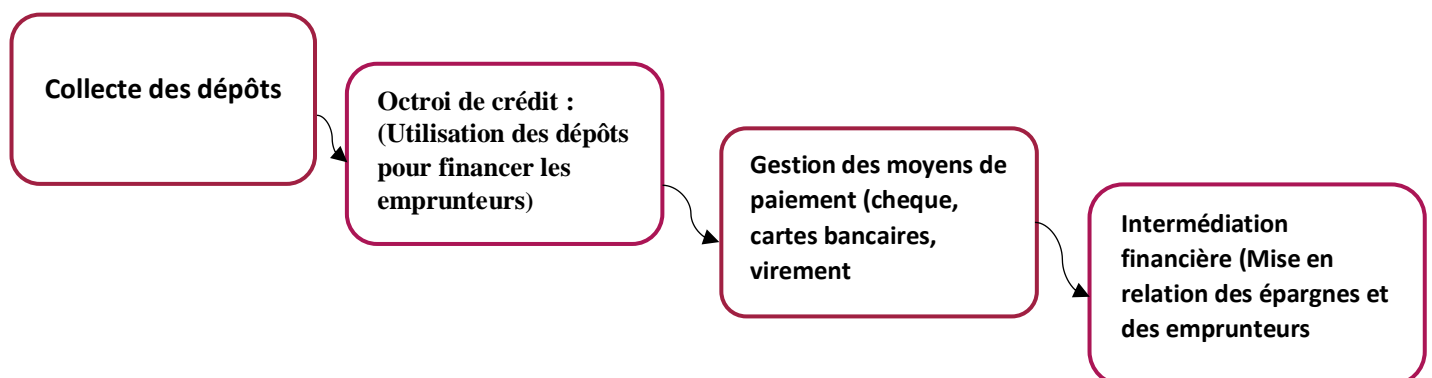
Source : TALEB. K La bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie

L'intermédiation bancaire constitue le cœur du métier traditionnel des établissements de crédit. "La banque collecte des ressources auprès des agents à capacité de financement pour les redistribuer aux agents à besoin de financement, réalisant ainsi une fonction d'intermédiation essentielle au fonctionnement de l'économie"¹. Cette fonction d'intermédiation se matérialise par la transformation des dépôts collectés en crédits accordés, permettant ainsi l'allocation optimale des ressources financières dans l'économie.

- **Principales fonctions de la banque**

Ce schéma illustre comment les banques collectent les dépôts, utilisent ces fonds pour accorder des crédits, facilitent les transactions via divers moyens de paiement, et jouent un rôle d'intermédiaire entre les épargnants et les emprunteurs.

Figure N°2 : principales fonctions de la banque



Source : Réaliser par nous même

¹ DE COUSSERGUES, Sylvie, *Gestion de la banque : du diagnostic à la stratégie*, Dunod, 7ème édition, 2013, p. 15.

1.4. Le bilan de la banque :

Pour clarifier l'analyse de l'activité bancaire, nous partirons de leur bilan.

1.4.1. Analyse du bilan des banques :

L'actif et le passif du bilan d'une banque se scindant en trois parties :

- Les opérations qui interviennent entre institutions financières et qui ont pour cadre le marché interbancaire.
- Les activités de placement à l'égard des agents non financière de l'économie.
- Une partie hors bilan qui ne figure pas toujours dans les présentations des bilans d'une banque et qui concerne leurs activités de services.

1.4.2. Activités des banques sur le marché interbancaire :

Les banques ont des liquidités immédiates en caisse et dans leur compte à la banque Centrale, au trésor et aux chèques postaux (ces avoirs sont réduits au minimum, car ils sont improductifs).

- La somme des opérations sur liquidités qu'elles effectuent entre elles figurent dans une rubrique appelés « prêts » ou « emprunte ».
- Les différents organismes bancaires et institution financière non bancaire trouve commode de s'ouvrir réciproquement des comptes leur paiement respectif.
- Ces comptes sont aux passifs du bilan, s'ils ont été ouverts par elle-même aux autres institutions financières.
- Ces comptes sont à l'actif du bilan s'il s'agit de leurs propres comptes dans l'autre.

2. Le concept de l'assurance :

L'assurance est un mécanisme de protection financière contre les risques incertains, reposant sur un contrat entre un assureur et un assuré. Elle s'appuie sur des éléments clés comme la prime, le risque et l'indemnisation, et joue un rôle essentiel dans la gestion des risques grâce à des fondements techniques rigoureux.

2.1. Définition générale :

D'une manière générale, l'assurance peut être définie comme une réunion de personnes qui, craignant l'arrivée d'un événement dommageable pour elles, se cotisent pour permettre à ceux qui seront frappés par cet événement, de faire face à ces conséquences.¹

¹ 2COUILBAULT, F. COUILBAULT-DI, T, S. HUBERTY, V . P45

2.1.1. Définition économique :

L'assurance est un moyen de couvrir les conséquences financières des risques qui ne peuvent être éliminés par les mesures de prévention, comme les autres mesures de prévention, l'assurance à un coût proportionnelle ou montant des garanties prévus et qui se trouve nécessairement inclus dans celui des produits ou prestations vendues ou fournies par l'assuré.¹

2.1.2. Définition technique :

L'assurance est une opération par laquelle une partie, l'assuré se fait permettre, moyennant une rémunération (la prime), pour lui ou pour un tiers, en cas de réalisation d'un risque, une prestation par une autre partie, l'assurance qui prennent en charge un ensemble de risques, les compense conformément aux lois de la statistique.²

2.2. Les éléments d'une opération d'assurance :

Nous distinguons quatre (04) éléments d'une opération d'assurance :

2.2.1. Le risque :

Les assureurs définissent classiquement le risque comme « l'événement dommageable dont la survenance est incertaine (aléatoire), quant à la date de cette réalisation ; il se dit aussi bien l'éventualité d'un tel événement en général, que de l'événement spécifique dont la survenance est envisagée » comme le définit COURTIEU G. (2002).

Le risque est un événement futur, incertain et ne dépendant pas exclusivement de la volonté de l'assuré ; ou un événement certain mais dont la date de survenance est inconnue.³

2.2.2. La prime (cotisation) :

La prime est la contribution que verse l'assuré à l'assureur en échange de la garantie qui lui est accordée. Elle est payable au départ de l'opération d'assurance ou de l'année d'assurance, d'où son nom de prime (que nous retrouvons dans la locution « de prime abord » ou dans le mot « primeur » qui signifie en premier)⁴

¹ COUILBAULT, François., CONSTANT, Eliashberg. « Les grands principes de l'assurance ». 10^{ème} éd. Paris : largus, 2011, P57

² COUILBAULT, F. CONSTANT, E. Op, cit. P57

³ François Couilbault, Constant Eliashberg, Michel Latrasse, « Les grands principes de l'assurance », 6^{ème} éd, l'argus de l'assurance, paris, 2003, P51

⁴ Idem.p51

2.2.3. L'indemnité (la prestation de l'assureur) :

L'engagement pris par l'assureur en cas de réalisation du risque consiste à verser une prestation. Il s'agit, d'une manière générale, d'une somme d'argent destinée.

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

En pratique, il convient de distinguer deux (02) sortes de prestations :

- Des indemnités qui sont déterminées après la survenance du sinistre, en fonction de son importance (par exemple : incendie d'un bâtiment).
- Des prestations forfaitaires qui sont déterminées à la souscription du contrat, avant la survenance du sinistre (par exemple : assurance vie).¹

2.2.4. La compensation :

Chaque souscripteur verse sa cotisation sans savoir si c'est lui ou un autre qui en bénéficiera mais conscient de fait que c'est grâce à ses versements et à ceux des autres souscripteurs que l'assureur pourra indemniser ceux qui auront été sinistrés.²

2.3. Le rôle de l'assurance :

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

2.3.1. Rôle social :

Le rôle social de l'assurance est, avant tout, d'offrir la sécurité aux individus. De ce fait, l'objet fondamental de l'assurance est d'indemniser les victimes du sort :

- Elle donne les moyens de reconstruction du chantier en cas d'incendie
- L'assureur verse des sommes à l'assuré en cas d'incapacité de travail.³

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

¹ François Couilbault, Constant Eliashberg, Michel Latrasse, « Les grands principes de l'assurance », 6ème éd, l'argus de l'assurance, Paris, 2003, P52

² COUILBAULT, F. CONSTANT, E. LATRASSE, M. Op, cit. P52

³ HASSID Ali, « introduction à l'étude des assurances économiques », ENAL, ALGER, Algérie 1989. P.18

2.3.2. Rôle économique :

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

- Elle indemnise les victimes d'accidents et de maladies. Elle libère ainsi, la collectivité de la charge de cas dommages et permet de préserver le pouvoir d'achat et de consommation des particuliers.
- Elle permet aux entreprises de continuer à fonctionner après les sinistres. Par conséquent, elle consolide l'emploi, la production et préserve le tissu économique ; elle constitue un moteur essentiel de développement économique.
- Garantissant les investisseurs dans leur décision de prise de risque par exemple : (construction de gratte-ciel, de plates-formes pétrolières et le lancement de satellites commerciaux ...)
- Plaçant la trésorerie des assureurs sur les marchés immobiliers, financiers et monétaires.¹

2.3.3. Le rôle financier de l'assurance :

Le secteur des assurances est l'un des secteurs les plus importants dans l'économie d'un pays, il contribue non seulement à la protection du patrimoine, mais aussi de par son principe d'inversion du cycle de production, l'activité d'assurance permet de générer des masses financières importantes que les compagnies d'assurance injectent dans la sphère économique. Ainsi, l'assurance joue un rôle d'intermédiaire financier et contribue en effet, à l'investissement national.²

2.3.4. Rôle de prévention :

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

- La prévention des accidents en conseillant les assurés sur les risques qu'ils encourent et les moyens de prévention.
- La diminution du nombre de victimes par l'application des recommandations des assureurs.³

2.4. Les fondements techniques de l'assurance

L'assurance est fondée sur deux éléments essentiels :

¹ Idem P 85

² <https://dspace.ummto.dz/server/api/core/bitstreams/36b1c33b-7ffd-43fa-807e-e48123dc2a95/content>

³ BELKADI Saliha sylvie « gestion de la banque », Dunod, Paris, 2002, P.19.

2.4.1. Organisation de la mutualité

La mutualité doit être organisée par l'entreprise d'assurance en concernant un très grand nombre de contrats, pour être en mesure de répondre à ses engagements ce qui lui donne la possibilité d'éviter l'aléa engagement.

Elle prend plusieurs caractéristiques :

- **Organisation des risques** : se compose d'un grand nombre de risques semblables en vue de minimiser au maximum l'incertitude.
- **Homogénéité des risques** : Elle permet la classification, par catégorie, des risques identiques qui ont les mêmes chances de se réaliser.
- **Dispersion des risques** : Pour éviter un déséquilibre sur le plan financier, l'assureur doit combler sa trésorerie avec une multitude de petits risques qui ne se réalisent pas en même temps.
- **Fréquence de réalisation** : Nécessite la disposition d'une certaine fréquence plus ou moins uniforme de risques assurés pour établir de tarif dégagé des fois de probabilité.

2.4.2. Moyens d'équilibre de l'opération

A cause de l'aspect aléatoire de la technique et ses conséquences sur l'équilibre des opérations, l'état impose aux sociétés d'assurance une comptabilité uniforme à travers deux catégories des moyens ; Internes et externes.

A. Les moyens internes

On distingue deux moyennes internes :

a. Les provisions techniques

Il s'agit en principe des provisions de primes, des provisions pour sinistre et des provisions mathématiques à payer.

Elle se présente dans le bilan comme suite :¹

Tableau°01 : bilan emplois/ressources d'une compagnie d'assurance

Emplois	Ressources
<ul style="list-style-type: none"> • Valeurs immobilisées nettes • Valeurs et titres de placements • Part des réassurances dans les PT • Valeurs réalisables et disponibles à CT 	<ul style="list-style-type: none"> • Fonds propres • Capitaux étrangers • Provisions techniques • Exigible
Total emplois	Total ressources

Source : TALEB. K

Les valeurs d'exploitation sont occupées au passif du bilan par les provisions techniques. Puisque ces provisions doivent être à tout moment représentées par des actifs équivalents.

b. Les réserves

Une réserve signifie tout bénéfice conservé à la disposition d'entreprise incorporée aux fonds propre. Parmi les principales réserves, on cite les réserves de garantie et les réserves de solidarité.

B. Les moyens externes

Pour se prémunirai contre les écarts entre les prévisions et les réalisations les compagnies d'assurance font appel aux moyens externes qui sont :

a. La réassurance

L'existence du concept réassurance a le but de développer les possibilités de souscription des sociétés d'assurance et de protéger l'assureur direct contre les écarts de survenance des sinistres dans le temps et dans l'espace.

Cette activité de réassurance permet à une société d'assurance directe appelée (cédent) de s'échanger de la totalité ou d'une partie des risques qu'elle a souscrit, moyennant commissions, sur une société spécialisée (ou assureur directe) en réassurance.

¹ TALEB.K, mémoire de fin d'étude

b. La coassurance

La coassurance est une opération par laquelle plusieurs assurances garantissent leur solidarité entre eux, un même risque. La réparation du risque se fait au stade de la conclusion du contrat jusqu'à son expiration ou sa réalisation, est confiée à un Co-assureur.

Partant des deux éléments étudiés (la banque et l'assurance). On peut dire que ces deux institutions financières ont un point commun qui est la manipulation de la monnaie. Jusqu'à très récemment, les deux matières restaient différentes pour qu'une union soit intéressante.

Une évolution importante au niveau des banques et des assurances a imposé un rapprochement entre eux, et ces facteurs de rapprochement sont essentiellement la défiscalisation des produits d'assurance et la diversification de l'activité bancaire¹

Section 2 : les fondements de la bancassurance

La bancassurance désigne la collaboration entre banques et compagnies d'assurance pour offrir des produits d'assurance directement aux clients bancaires. Ce modèle repose sur une synergie stratégique visant à diversifier l'offre et optimiser la distribution des services financiers.

1. Présentation de la bancassurance :

Avant de procéder à l'origine, on doit d'abord mettre en avant un aperçu sur la définition de la bancassurance

1.1. Définition de la bancassurance :

La bancassurance est un modèle économique qui combine les activités bancaires et d'assurance. Elle désigne principalement la distribution de produits d'assurance par les réseaux bancaires, permettant aux banques de proposer, en complément de leurs services traditionnels, des contrats d'assurance généralement vendus par des compagnies d'assurance.

La bancassurance est un mode de rapprochement entre les banques et les sociétés d'assurances, le rapprochement peut se traduire par différentes façons. Par prises de participations réciproques et même par intégration les unes dans les autres ou filialisation, par la création des structures communes ou carrément, par la distribution des produits d'assurance par les banques au profit des sociétés d'assurances.

Alors qu'elle domine très nettement sur certains marchés, représentant plus de deux tiers du chiffre d'affaires en assurance de personnes, d'autres marchés semblent ne pas l'avoir retenu comme modèle.² La bancassurance a commencé dans les années 70 par vendre les produits d'assurance vie³.

¹MOUASS.S, mémoire de fin d'étude « les stratégies et les perspectives de la bancassurance En Algérie » promotion 2008/2009.page16.

² BORDERIE Alain et LAFFITTE Michel, la bancassurance stratégie et perspectives en France et en Europe, revue banque éditions, diffusée par les éditions d'organisation, France, 2004, 917.

³ GILBERT Sleiman, les structures juridiques de bancassurance, thèse de doctorat en droit privé, FDSS/université de Poitiers, 2004.

La bancassurance confèrera à la banque un avantage concurrentiel lié à la stratégie de différenciation implicite mais valorisée par le marché.¹

Par M. Saïd Karim, Directeur Central du Marketing et de la Communication à la Banque Al Baraka d'Algérie estime que « la bancassurance est une nouvelle gamme de produits qui a du mal à s'insérer dans la gamme élargie des services et produits qu'offrent les banques à leur clientèle. » De son point de vue, « il s'agit d'un élément relevant de la culture d'entreprise auprès de l'ensemble des Etablissements bancaires de la place. »²

1.2. Origine de la bancassurance :

L'origine de la bancassurance remonte à la fin du XXe siècle, principalement en France, où le terme lui-même est un néologisme d'origine française. La bancassurance désigne le rapprochement entre les établissements bancaires et les sociétés d'assurances. Ce rapprochement permet aux banques de distribuer des produits d'assurance à leurs clients, tandis que les assureurs proposent des produits financiers.

« la bancassurance se définit comme l'ensemble des activités exercées par une banque dans le domaine de l'assurance, qu'il s'agisse de la simple distribution de produits d'assurance au travers de son réseau ou de la création de filiales spécialisées »³.

Ce phénomène peut être purement commercial, ce qui signifie que les banques vendent simplement des contrats d'assurance, ou structurel, ce qui implique la création de conglomerats financiers ou de structures communes entre banques et assureurs.

Bien que le terme soit récent et se soit popularisé avec le rapprochement CIC-GAN en 1985, les prémices de la bancassurance apparaissent dès les années 1970. À cette époque, la Fédération du Crédit mutuel d'Alsace, de Lorraine et de Franche-Comté décide de créer ses propres sociétés d'assurance, les ACM, afin de gérer directement les contrats exigés lors de l'octroi de prêts bancaires, au lieu de passer par des courtiers. Cette initiative marque une étape clé dans l'histoire de la bancassurance, officialisée par la création des ACM Vie et ACM IARD en janvier 1971.

Le développement de la bancassurance s'accélère dans les années 1980, notamment en France, où les banques deviennent des acteurs majeurs de l'assurance vie. Elles captent aujourd'hui une part très importante de ce marché, grâce à leur réseau de distribution, leur relation de proximité avec la clientèle et leur capacité à proposer une offre globale de services financiers. « L'un des principaux atouts de la bancassurance réside dans la capacité des banques à utiliser leur réseau pour distribuer des produits d'assurance à une clientèle déjà existante, ce qui leur confère un avantage concurrentiel certain »⁴.

¹ GOSSOU Sylvestre, la distribution de l'assurance par les banques : contribution à l'étude des assurances collectives, thèse de doctorat en droit privé, FDSS /Université de Potiers/France, 2005, p12.

² Revue de L'assurance N°14 - septembre 2016

³ Vered Keren, *La bancassurance*, Presses Universitaires de France, 1997, p. 5

⁴ Idem p.15

2. La bancassurance dans le monde :

Pour mieux comprendre la diversité des modèles de bancassurance en Europe, il est essentiel d'analyser des pays aux contextes économiques, réglementaires et culturels variés. L'Italie et la Pologne illustrent des marchés où la bancassurance connaît un fort développement, porté par des réformes favorables et une croissance rapide. En revanche, le Royaume-Uni et l'Allemagne représentent des marchés où la bancassurance reste marginale, en raison de la prédominance des courtiers et des agents d'assurance traditionnels. Cette sélection permet ainsi de saisir les différentes dynamiques qui façonnent le secteur à l'échelle européenne

2.1. Italie : En Italie aussi, la bancassurance est très développée depuis les années 90 après la promulgation de la loi Amato qui a autorisé la prise de participation des banques dans les compagnies d'assurance. Dans ce pays, le développement de la bancassurance va de pair avec celui de l'assurance-vie qui est devenu le placement préféré des Italiens, ceci notamment pour compenser les réformes des retraites et de la protection sociale.¹

2.2. Pologne : La bancassurance réalise dans ce pays 47% des cotisations collectées. Le pays possède la meilleure prévision de croissance économique européenne. Ses 38 millions d'habitants dont le niveau de vie ne cesse d'augmenter sont de plus en plus nombreux à vouloir s'assurer. Le secteur des assurances qui compte 59 assureurs, réalise un total de 8,87 milliards d'euros de primes émises (5,56 milliards en assurances-vie et 3,31 milliards en non-vie) et occupe la quatorzième place en Europe en termes de cotisations collectées par an. Avec le concours de la bancassurance, le marché de l'assurance connaît actuellement un taux de pénétration de 4 % du PIB.⁷

2.3. Royaume-Uni : Au Royaume-Uni, la bancassurance est quasiment inexistante dans la mesure où les courtiers en assurance dominent largement le marché, conformément au modèle anglo-saxon. Quelques bancassureurs ont construit leur modèle sur l'intermédiation. La banque n'est qu'un simple intermédiaire entre les assureurs et les clients.⁷

2.4. Allemagne : En Allemagne, la bancassurance reste peu développée. L'assurance est essentiellement commercialisée par des agents généraux. Il existe cependant quelques accords de distribution par lesquels la banque sert d'intermédiaire à un assureur.⁷

¹ Revue de L'assurance N°14 - septembre 2016 p18

3. Les produits distribués par la bancassurance :

La distribution des produits de bancassurance s'effectue, d'une part, par l'intermédiaire des réseaux bancaires, qui mettent à profit leurs structures de conseil et de vente afin d'offrir, en complément de leurs produits bancaires, une gamme variée de produits d'assurance.

La bancassurance repose essentiellement sur la capacité des banques à distribuer des produits d'assurance via leurs réseaux commerciaux, en intégrant ces offres aux services bancaires traditionnels « *les banques utilisent leur relation privilégiée avec la clientèle pour proposer des contrats d'assurance, ce qui permet une meilleure synergie entre produits financiers et assurances* »¹

Les produits d'assurance commercialisés par les institutions bancaires recouvrent deux aspects principaux :

3.1. Les produits intégrés à l'offre bancaire :

Sont des produits simples considérés par le client comme un service bancaire additionnel non pas comme une assurance réelle. Se sont par exemple les assurances liées à la détention d'un compte courant, ou une carte bancaire.

3.2. Les produits purement assurantiels proposés par les banquiers :

Ces produits ne diffèrent pas fondamentalement de ceux proposés par les compagnies d'assurance classiques, car ils reposent sur des contrats similaires. On peut les regrouper en trois grandes catégories : l'assurance de personnes, l'assurance de biens, et les assurances dommages. Cette classification permet de mieux comprendre la nature et les objectifs de chaque type de couverture.

3.2.1. Assurance de personne :

Les assurances de personnes couvrent les risques liés à la santé, à l'intégrité physique ou à la vie d'un individu. Elles incluent notamment l'assurance maladie, l'assurance accident et l'assurance vie, qui offrent des garanties de prévoyance et d'épargne. Ces contrats ont pour objectif de protéger financièrement l'assuré et ses proches faces aux aléas de la vie, tels que la maladie, l'invalidité ou le décès.

Les assurances de personnes se subdivisent en trois catégories principales qui sont :

¹ Philippe Thomas dans *La bancassurance : enjeux et perspectives* (Éditions Economica, 2001 p.42)

A. Assurance vie

L'assurance-vie est un contrat par lequel, l'assureur, s'engage à verser une rente ou un capital à une personne, le souscripteur, moyennant une prime. Ce versement se fait selon le type de contrat souscrit. En effet dans un contrat d'assurance-vie, il faut distinguer deux sortes de contrats :¹

a. L'assurance en cas de vie :

Le risque garanti ici est la vie de l'assuré. Le capital est versé à l'assuré à l'échéance du contrat, si celui-ci est toujours en vie. Dans ce type de contrat, l'assuré peut être le bénéficiaire.²

b. L'assurance en cas de décès

Est un contrat de prévoyance par lequel l'assuré, en contrepartie du paiement de primes, garantit le versement d'un capital ou d'une rente à un ou plusieurs bénéficiaires désignés, distincts du souscripteur, en cas de décès de l'assuré avant le terme du contrat. Ce mécanisme vise à protéger financièrement les proches de l'assuré en leur assurant une compensation économique face à la perte définitive des revenus et aux dépenses liées au décès (frais d'obsèques, remboursement de dettes, maintien du niveau de vie familial, financement des études des enfants, etc.). La durée du contrat peut être variable, souvent supérieure à huit ans dans le cadre des offres bancassurance, ce qui permet de bénéficier d'avantages fiscaux notables au-delà de ce délai. Ce type d'assurance est distinct de l'assurance vie classique, car le capital versé dépend exclusivement de la survenance du décès avant la fin du contrat, et le bénéficiaire ne peut être le souscripteur lui-même.

B. Assurance temporaire décès

Il fait partie de la grande famille des contrats en cas de décès. Les contrats en cas de décès sont souscrits en garantie de prêt, pour protéger les proches ou encore une entreprise en cas de décès d'un de ses membres.

Elle garantit le versement d'un capital ou d'une rente en cas de décès de l'assuré survenant pendant la période de validité du contrat. Si l'assuré est en vie au terme de cette période, le contrat d'assurance prend fin et les cotisations versées permettent à la société d'assurances de tenir ses engagements à l'égard de l'ensemble des assurés (mutualisation des risques).

Ce type de contrat d'assurance vie convient à toute personne qui souhaite se prémunir pendant une période donnée, pour répondre à un besoin précis.

Ce contrat peut être souscrit seul ou avec des garanties complémentaires telles que : l'incapacité de travail, l'invalidité, la perte d'emploi, le décès par accident avec doublement ou triplement du capital.

¹ FELLAH Ghana /KADI Djamilia « Analyse de l'évolution de la part des produits bancassurances dans l'activité de la BADR de Tizi-Ouzou agence n 580 durant la période 2014-2017. P 31

² Idem p.31

C. Garantie Accident de la Vie (GAV)

La Garantie Accidents de la Vie (GAV) est un contrat d'assurance destiné à indemniser les victimes d'accidents domestiques et de la vie courante, sans qu'il soit nécessaire de rechercher la responsabilité d'un tiers. Ce contrat couvre un large éventail de risques liés à la vie privée, tels que les chutes, brûlures, accidents de sport, et permet de compenser les conséquences financières des dommages corporels subis.¹ Cette garantie s'adresse souvent à l'ensemble de la famille, protège contre les conséquences financières des accidents graves (invalidité, préjudice esthétique, perte de revenus, décès), et complète les protections classiques comme l'assurance maladie ou la responsabilité civile qui ne couvrent pas toujours ces risques de façon suffisante.

3.2.2. Assurance des biens :

L'assurance de biens regroupe un ensemble de contrats destinés à protéger les biens matériels des particuliers ou des professionnels contre les risques de dommages ou de pertes. Parmi ces assurances, l'assurance multirisque habitation et l'assurance automobile sont deux catégories majeures.

A. Assurance multirisque habitation :

Un banquier peut proposer à son client une assurance MRH pour couvrir son lieu d'habitation contre les risques liés : aux incendies, aux vols, aux catastrophes naturelles, aux catastrophes technologiques, à la défense pénales et recours, à l'assistance au domicile, à la responsabilité civile. Cette assurance est souvent proposée avec les prêts immobiliers : quand une banque octroie un prêt immobilier elle n'hésite pas de proposer à ce client l'assurance multirisque habitation².

B. Assurance automobile

L'assurance automobile, proposée par les établissements bancaires, offre une couverture aux propriétaires de véhicules contre les dommages corporels et matériels infligés à des tiers. Cette assurance se décline généralement en deux formes principales :

- a. **Assurance au tiers** : Ce type de contrat inclut une garantie de responsabilité civile, couvrant exclusivement les préjudices corporels et matériels causés à des tiers dans le cadre de l'utilisation du véhicule.
- b. **Assurance tous risques** : Cette formule étendue englobe non seulement les dommages causés aux tiers, mais aussi ceux subis par le véhicule assuré et son

¹ Thierry Delahaye, *Droit des assurances*, 8e édition, Dalloz, 2021, p. 234.

² FELLAH Ghana /KADI Djamilia Op.cit. p33

propriétaire. La prise en charge intervient quelle que soit l'origine du sinistre (accident, vol, incendie, bris de glace, etc.), offrant ainsi une protection complète.

3.2.3. Assurance dommage :

Cette catégorie de produits est la plus standardisée et la plus facile à commercialiser au sein des réseaux bancaires. Elle est généralement perçue comme un service complémentaire offert aux clients.

A. Assurance-crédit :

L'assurance-crédit, c'est l'un des premiers produits d'assurance les plus proches de l'activité bancaire, elle permet de couvrir le risque de perte d'une créance par suite d'insolvabilité d'un **débiteur**. Lorsqu'un client souscrit un prêt immobilier auprès d'une banque elle profite de lui proposer une assurance-crédit qui garantisse le remboursement de ce prêt.¹

B. Assurance des moyens de paiement :

Les banques proposent aux clients de prémunir des risques de perte ou de vol des moyens de paiement par la souscription à une assurance.

Cette assurance dite « des moyens de paiement » couvre le plus souvent les pertes et vols des moyens de paiement tels que la carte bancaire et les chèques et même parfois les espèces retirées dans les 48h précédents la déclaration de la perte ou le vol. Mais elle peut être élargie aussi aux opérations de paiement en ligne (piratage), incidents des papiers.²

C. Assurance juridique :

L'objet de cette assurance est de garantir l'assuré en cas de litige avec les tiers contre les dépenses occasionnées par le règlement amiable ou juridictionnel de celui-ci. Elle représente le plus souvent une garantie complémentaire proposée par les banques dans les contrats de type habitation, automobile ou moyen de paiements.³

D. Assurance voyage :

Contrat d'assurance qui assure des indemnités suite aux éventuels dommages ou accidents survenus au cours d'un voyage. Une assurance qui peut offrir, des dédommagements en cas de vol, d'accident ou de panne de voiture et aussi les frais occasionnés par l'annulation d'un voyage et la perte de bagages.

Pour la banque cette assurance est incluse dans les cartes bancaires, elle fonctionne si seulement si le client a payé son voyage avec sa carte bancaire.

¹ <https://credit-immobilier.pagesjaunes.fr/comprendre/remboursement-credit-immobilier>

² FELLAH Ghana /KADI Djamilia op.cit. p34

³ Idem, p35

4. La nature des produits distribués :

Les produits proposés par les bancassureurs s'adaptent aux besoins et aux préférences des clients, tout en étant fortement influencés par la qualité et la capacité du réseau de distribution. Avec l'amélioration progressive de ce réseau, la gamme des produits distribués s'est enrichie et diversifiée. Initialement, les bancassureurs commercialisaient principalement des produits d'assurance simples, destinés à faciliter la prise en main par le personnel bancaire et à familiariser la clientèle avec ces offres.

Cette évolution a conduit à une classification chronologique des produits bancarisés, qui reflète à la fois le développement technique des produits et leur intégration progressive dans les services bancaires. En effet, les produits d'assurance vie ont souvent été les premiers à être distribués via les réseaux bancaires, suivis par les assurances non-vie, telles que l'assurance automobile ou l'assurance multirisque habitation, plus récemment intégrées dans les offres banc assurantielles.

Ainsi, la bancassurance s'est transformée d'un simple canal de distribution complémentaire en un vecteur majeur de commercialisation de produits d'assurance, avec une offre standardisée et adaptée aux attentes d'une clientèle de plus en plus large et diversifiée. Cette dynamique est particulièrement visible dans les pays où la bancassurance est bien implantée.¹

Section 3 : Les caractéristiques de la bancassurance

1. Avantages de la bancassurance :

D'emblée nous pouvons constater que le nombre de points de vente s'est multiplié, et la variété des produits offerte également. Une analyse plus attentive nous permettra de découvrir, les caractéristiques de la bancassurance en étudiant les avantages de ses évolutions. Néanmoins, les limites et les risques de celle-ci. Sans oublier d'explicitier ses facteurs clés de succès.

1.1. Avantage pour l'assureur :

Grâce à ce nouveau réseau de distribution, l'assureur élargit de façon significative sa clientèle et peut atteindre des clients qui étaient difficiles d'accès, il s'agit de profiter d'un réseau de distribution plus dense, plus proche de la clientèle et mieux informé sur ses besoins et sa situation.

Ceci est bien entendu un avantage primordial qui suffit, à lui seul, à convaincre un assureur de développer des accords avec une banque.

¹ <https://www.atlas-mag.net/article/la-bancassurance>

En addition, l'assureur a l'opportunité, non seulement, de varier ses modes de distribution, afin d'éviter une dépendance trop grande à un réseau unique et par la suite limiter les risques, mais aussi de bénéficier de la bonne image et de la confiance de ses clients en profitant d'un degré de confiance du public plus élevé dans les institutions bancaires que dans celles de l'assurance. L'assureur a l'avantage également de la réduction des coûts de distribution par rapport aux frais inhérents aux agents traditionnels, puisque le réseau de vente est en général le même pour les produits bancaires et les produits d'assurance. Cette économie de frais a pu être enregistrée de façon notable par bon nombre de bancassureurs à travers le monde et est ainsi répercutée dans les frais inclus dans les contrats. Les produits peuvent donc être proposés à un meilleur coût.

Enfin. L'assureur peut s'implanter rapidement sur un nouveau marché, en utilisant le réseau existant d'une banque locale pour effectuer des ventes plus simplifiées et réaliser des économies d'échelles en confiant la fonction de production à la banque, et en laissant à la charge de cette dernière d'obtenir les adhésions nécessaires.

1.2. Avantage pour le consommateur :

Le consommateur a une accessibilité plus grande à tous les services financiers, du fait d'une banque qui propose à la fois des produits bancaires et des produits d'assurance : Les coûts de distribution étant réduits par rapport à un réseau de distribution traditionnel, le consommateur peut, la plupart du temps, bénéficier de produits d'assurance à des prix plus intéressants que dans les réseaux traditionnels.

1.3. Avantage pour le législateur :

Les autorités de contrôle ou le gouvernement lui-même ont pour rôle de légiférer pour que les risques pris par les établissements financiers de leur pays soient maîtrisés et gérés activement, et ce de façon à préserver la bonne santé du système financier d'un État. Il peut cependant exister des chocs hors du contrôle des gestionnaires individuels et collectifs et qui peuvent affecter le système financier dans son ensemble. Ces risques sont ce que l'on nomme le "risque systémique"¹

La bancassurance peut être un moyen, pour les établissements financiers, de limiter ce risque systémique car la banque diversifie ses sources de revenus et rend ainsi son activité plus stable et donc plus sûre aussi pour les clients.

¹ BERANGERL.M, CHEVALIER.M et LAUNAY.C, Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde, Le rapport FOCUS publication de SCOR vie. Paris.2005, page 06

Certaines autorités estiment au contraire qu'un excès de libéralisation des systèmes financiers d'un pays peut engendrer une augmentation du risque systémique. C'est pourquoi, dans de nombreux pays encore, les banques ne peuvent pas exercer d'activités étrangères à leur métier de base, afin d'éviter de nouvelles occasions de prendre des risques. Certains gouvernements ont décidé aussi de libéraliser le système financier, mais de façon graduelle, permettant une meilleure maîtrise de cette ouverture.

La bancassurance peut donc être considérée par les autorités de tutelle comme un atout ou au contraire, comme un danger potentiel à la stabilité financière d'un pays.

1.4. Avantages pour la banque :

La banque voit dans la bancassurance un moyen de créer un nouveau flux de revenu et de diversifier son activité. Avantage d'autant plus réel que le début des années 90 a révélé une augmentation de la concurrence entre les institutions financières et une diminution de la marge financière des banques et donc la nécessité de trouver une nouvelle activité.

La banque devient donc, une sorte de "supermarché", un fournisseur unique, le "one-stop-shop" 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.

D'autre part, les coûts de distribution peuvent être considérés comme marginaux puisque, dans la plupart des cas, ce sont les employés de la banque eux-mêmes qui proposent à la vente les produits d'assurance.

Signalons aussi que la gestion des produits d'assurance-vie est très similaire à la gestion de produits d'épargne bancaire. C'est aussi une source de commissions qui permet d'améliorer la rentabilité du réseau.¹

2. Les limites et risques de la bancassurance :

Bien que les avantages de la bancassurance ne soient pas à remettre en question, il n'en demeure pas moins que des effets pervers son également à signaler.

La réalité nous montre que tous les accords de bancassurance n'ont pas été Consacrés de succès. De fait, bon nombre d'entre eux ont connus des échecs suite à des problèmes survenus notamment en phase de mise en œuvre.

Dans ce qui suit seront présentées les limites qui constituent des pièges que les banques et assureurs doivent déjouer pour tirer le meilleur de leur partenariat.

¹ BERANGERL.M, CHEVALIER.M et LAUNAY.C, Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde, Le rapport FOCUS publication de SCOR vie. Paris.2005, page 06.

2.1. Pour les banques

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

2.1.1. Les limites économiques

La bancassurance permet aux banques de vendre des produits d'assurance, mais elle rencontre plusieurs limites économiques. Le marché commence à être saturé, certains produits bancaires peuvent se concurrencer entre eux, et les compagnies d'assurance traditionnelles restent très présentes. En plus, de nouveaux moyens de vendre des assurances apparaissent, ce qui complique la situation. Il est important de comprendre ces limites pour mieux saisir les difficultés que la bancassurance doit surmonter.

A. Une expansion bornée

L'horizon s'arrête aux assurés qui sont clients de la banque. Du moins dans le cadre d'une application stricte de la bancassurance. Bien entendu, la banque peut, et certains ne s'en privent pas, au travers de sa filiale de courtage prospecter une clientèle plus large que celle de la banque, principalement celle des entreprises. Il s'agit même d'une voie à ne pas négliger quand on l'explore l'avenir.

Dans le marché des particuliers, l'activité est également limitée, au segment des revenus moyens puisqu'il est seul susceptible de pouvoir générer suffisamment mais n'est pas infinie. Cependant ce n'est pas encore le cas aujourd'hui.

Enfin, et surtout, toutes les assurances ne se prêtent pas à la vente par une banque. Il faut qu'elles soient « bancassurables ». La gamme en est, par la même, restreinte.

Tout ceci n'est évidemment pas de nature à retenir la bancassurance est un leurre dans la mesure où elle aboutit à déplacer vers l'assureur des primes qui sont soustraites aux dépôts bancaires, ce qui n'apporterait aucune plus-value. Il s'agirait d'un jeu à somme nulle.¹

B. La substitution des produits bancaires :

Certains produits d'assurance peuvent se développer au détriment des produits bancaires de base. Décidément, il peut y avoir un transfert des fonds déposés chez la banque dans diverses de comptes vers la compagnie d'assurance partenaire pour l'acquisition surtout des produits d'assurance vie.

Ainsi les contrats d'assurance vie peuvent être achetés en utilisant les fonds détenus dans un compte à vue auprès de la banque. Certes, l'épargne serait moins volatile puisque les produits d'assurance vie sont généralement à long terme, mais elle ne figurera plus dans la

¹ https://www.uar.dz/wp-content/uploads/2017/03/Revue_Assurance_14.pdf

comptabilité de la banque ; ce qui provoquera, *stricto facto*, la diminution des capitaux gérés par cette dernière.¹

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

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

Cependant, lorsque le banquier recommande à son client de constituer une épargne, elle ci sera sans doute d'abord puisée dans ses dépôts à vue et le banquier aura arbitré des fonds qu'il rémunère peu contre des dépôts qui lui coutent plus chers, mais ce manque à gagner, il le compensera en ayant ainsi fidélisé le client qui sinon aurait peut-être confié ses économies à un banquier concurrent. Il constatera sans doute au fil du temps que le client a reconstitué son solde à vue et que son dépôt d'épargne est devenu plus stable.

C. La riposte des assureurs :

Par conviction ou par obligation, les assureurs marchent depuis quelques années sur les pas des banquiers. Qualifiée le plus souvent « d'assurfinance », cette stratégie emprunte des voies diverses pour atteindre un même but : proposer à la clientèle une offre globale de services couvrant la palette de la banque et de l'assurance afin de la développer et de la fidéliser.

Il n'existe pas un modèle unique pour franchir le cap de la bancassurance. La banque en ligne a séduit plus d'un assureur ces derniers temps. C'est l'exemple notamment de l'assureur britannique Prudencia qui a créé sa banque en ligne Egg, ou encore l'assureur français AGF qui a lancé en Octobre 2000 la banque AGF et AXA qui a racheté la Banque Directe.

Le rachat ou la création d'une banque en ligne revient certes moins cher que d'acquérir une banque disposant d'un réseau d'agence développé. Mais certains assureurs n'ont pas hésité à mobiliser les capitaux pour occuper une place de choix dans le monde de l'assurfinance. On peut citer en exemple le cas d'Allianz et de la Dresdner Bank.

Ce développement de l'assurfinance passe par la distribution de produits bancaires mais aussi par l'octroi de crédit et par la gestion de patrimoine. Les assureurs qui n'ont pas misé sur la banque au quotidien ne restent pas inactifs en matière d'offre bancaire, spécialement dans le domaine du crédit. Par exemple, la Maif accorde depuis de longue date des prêts autos à ses sociétaires, via la Socram.²

¹ <https://www.richelieu-international.com/assurance-vie-banque/>

² Brahim Guenane, *Cours de bancassurance*, Université de Boumerdes, page 87

Nombre d'assureurs souhaitent désormais prendre en charge la gestion de tout le patrimoine de leurs clients et n'hésitent plus à vendre des produits bancaires. La stratégie des assureurs n'est plus simplement d'être des vendeurs de produits bancaires mais de devenir à part entière des conseillers de gestion de patrimoine.

Outre ce développement sur le secteur bancaire, les assureurs cherchent en premier lieu à protéger leur propre fonds de commerce.

Face à la percée des bancassureurs, les assureurs développent des centres d'appels. La perspective de toucher une nouvelle clientèle par l'approche cout précède la création de structures dédiées. A l'inverse des banques qui intègrent le centre d'appels au réseau de distribution existant, les assureurs privilégient la création de nouvelles entités. C'est l'exemple en France d'AXA qui a mis en place Direct Assurance. Les filiales directes des assureurs ont vu dans le téléphone un moyen de réduire les couts, mais aussi un moyen de séduire de nouveaux clients à la recherche de rapidité et de tarifs attractifs.

D. L'émergence de nouveaux canaux de distribution des produits d'assurance :

Depuis quelques années, d'autres acteurs économiques ont également réalisé une percée sur le secteur des assurances. A ce titre, on peut citer notamment la grande distribution.

Les enseignes cherchent à augmenter leurs marges en se diversifiant et en fidélisant la clientèle. Or la grande distribution bénéficie d'une clientèle variée et d'un trafic important dans ses magasins. Ses clients apprécient les prestations, notamment les horaires larges, l'accès facile et le libre-service.

L'assurance représente donc un bon moyen de capitaliser sur l'enseigne et de profiter des avantages déjà connus et appréciés par la clientèle. A titre d'exemple, on peut citer Carrefour, en France, qui a doté ces magasins de stands polyvalents proposant à la fois des services financiers et des produits d'assurance. Ainsi, Carrefour propose du crédit et de l'épargne, mais aussi des assurances automobiles, santé, habitation et protection familiale. Les « vécipistes » (vente par correspondance).

Les vécipistes utilisent leur savoir-faire en matière de vente à distance, leurs outils et leurs fichiers clients. Les consommateurs sont habitués à utiliser les différents moyens de commande mis à leur disposition.

La recherche de nouvelles marges et la fidélisation de la clientèle sont également les principaux motifs de la diversification.¹

E. Les constructeurs automobiles :

La mondialisation de l'industrie automobile a amorcé une concurrence effrénée entre les différents acteurs du marché et la diversification des services est un moyen de se distinguer des autres constructeurs. Pourtant, au-delà de la problématique concurrentielle, proposer une assurance auto à un acheteur potentiel est un argument de vente efficace car le client repart

¹ https://uar.dz/?page_id=473

rassurance et assurer au volant de sa voiture neuve sans aucune autre démarche. Cette proposition permet également de fidéliser le client après la vente.

Par ailleurs, les concessionnaires pratiquent le plus souvent une offre « packagée » : l'assurance auto, le financement, l'assistance et l'entretien. Ici, l'assurance s'intègre totalement dans le dispositif de vente. Les vendeurs sont des prescripteurs car ils proposent le service mais c'est au moyen d'une plate-forme téléphonique spécialisée dans l'assurance que le client achètera le produit.

2.1.2. Les limites psychologiques :

Elles tiennent essentiellement dans une approche différente du client et dans l'image de marque de l'assureur :

A. La divergence de cultures commerciales :

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

En termes d'approche marketing, les compagnies d'assurances adoptent une approche produite alors que les banques adoptent une approche client. Ce qui confirme la formule consacrée : l'assurance vie se vend, alors que les produits bancaires ainsi que ceux de l'IARD s'achètent. Autrement dit, les commerciaux de la banque et l'IARD restent dans l'agence en attendant que les clients se présentent, tandis que leurs confrères de l'assurance vie vont à la recherche de clients.

Or les nouvelles technologies bancaires, telles que les guichets automatiques, la banque à domicile, ..., ont réduit les occasions de contrats avec la clientèle ; les banques ont une préférence pour la clientèle de jeunes, pariant ainsi sur sa fidélité.

Mais, cette dernière n'est pas attirée par les produits d'assurance vie et souffre surtout d'un taux de sinistralité très élevé en assurance automobile pour constituer une cible des assureurs. Aussi, la préférence des banques pour la clientèle haute gamme très fortuné n'est pas toujours la bienvenue chez les assureurs car généralement l'importance du patrimoine peut constituer une source d'aggravation du risque pour l'assureur.

Assez souvent, les bons clients et le segment de la clientèle privilégié de la banque souvent peuvent être de mauvais assurés, ce qui peut causer des problèmes de sélection de clientèle.

Cette divergence de culture apparaît aussi dans le mode de rémunérations. En effet, les assureurs ont tendance à rémunérer le réseau de distribution par un système de commissionnement et d'intéressant sur les affaires réalisées ce qui stimule le personnel. A l'opposé, les commerciaux bancaires perçoivent des intéressements modestes par des primes Objectif.¹

¹ M. GUENANE Brahim , op.cit.

Le changement du système de rémunération de la banque s'avère une tâche difficile, voire risquée car elle fera perdre à la banque son avantage comparatif procuré par ses coûts de distribution réduits.

B. 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.

D'un autre côté, l'image des assureurs auprès du grand public est toute autre, elle est loin d'être aussi positive que celle jouit la banque.

Les banques, soucieuses de la nécessité de sauvegarder leur image et conscientes des coûts très élevés en matière de dépenses marketing, nécessaires pour acquérir une nouvelle clientèle déjà bancarisée : encourent le risque de dégradation de leur réputation, notamment à cause des mauvais règlements des sinistres liés aux contrats d'assurance automobile et IARD.

Car il est communément admis, à tort ou à juste titre, que les assureurs font tout pour éviter ou éloigner le règlement d'un sinistre dont les effets sont préjudiciables pour la banque.

En effet, le client considère que le contrat a été acheté chez ses banquiers, et en cas de problèmes, il se retourne directement contre ce dernier pour exiger de lui le règlement. Et comme le règlement des sinistres est généralement le ressort de la compagnie d'assurance : le banquier, habitué à prendre part à côté du client, ne pourra rien faire pour sauver la mise. Il court ainsi un risque réel de perdre un bon client pour être une légère négligence de sa part dans le maintien des mesures antivol de l'habitation objet d'un contrat d'assurance multirisques habitations.

Les risques sont réels et les banques sont conscientes des enjeux. Elles ont agi, à juste titre d'ailleurs, en mettant en place divers moyens de règlement des sinistres (call centers,) pour remédier aux carences existantes.¹

2.1.2. Les limites techniques

Ce sont celles liées aux méthodes de travail et à la formation professionnelle.

Des méthodes de travail différentes

Les méthodes de travail sont différentes dans les deux branches. Le personnel de la banque est obligé de connaître la très large gamme des produits qu'il commercialise ; ce sont des produits simples. De son côté, le commercial de l'assurance gère un petit nombre de contrats, mais ils sont plus complexes et parfois même réellement sophistiqués. Il paraît donc difficile de demander à un même commercial de connaître en plus de ses produits de base, les contrats de l'autre domaine. Les institutions doivent alors choisir entre deux solutions : soit affecter les

¹M. GUENANE Brahim , op.cit.

commerciaux à la vente exclusive des contrats d'un secteur, soit leur faire vendre des produits simples et en nombre très limité, des deux domaines.

Le niveau de connaissance nécessaire pour le personnel bancaire pour vendre les produits d'assurance devient de plus en plus élevé avec la complexité et la sophistication des produits. Certes, en ce qui concerne les contrats modernes d'assurance-vie et de capitalisation qui sont essentiellement des produits financiers, la formation à la vente de ces produits pour un réseau habitué à diffuser des produits bancaires, est simple. Par contre, pour les autres produits et surtout les contrats IARD leur distribution nécessite une très bonne connaissance du métier de l'assurance et une compétence technique de pointe afin de donner des conseils personnalisés sur des produits complexes.

Par voie de conséquence, ils nécessitent des investissements importants en formation dont l'amortissement peut s'étaler sur plusieurs années ce qui pourrait alourdir, dans un premier temps, les charges et affecter la rentabilité de la banque. 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 astreint à suivre un stage de formation approprié dont la durée varie d'un pays à un autre (pas moins de 150 heures en France), durant laquelle il est formellement interdit au stagiaire de présenter seul ou en son nom propre des contrats d'assurance. Un contrôle de connaissance de présenter des produits d'assurance.

Aux frais de formations, s'ajoutent le coût des investissements sur le plan logistique. La connexion des deux systèmes d'informations est indispensable pour permettre une saisie parallèle des opérations chez les deux partenaires. Cependant, cette opération peut s'avérer très coûteuse si le système d'information de la compagnie d'assurance n'est pas performant.

L'intérêt des banques à bien former leur personnel dépasse le simple respect de la réglementation. En effet, d'une part, la qualité de leurs prestations dépend largement de la qualité de leur réseau de distribution et, d'autre part, un personnel bien formé commet moins d'erreurs et peut éviter de tomber dans certains pièges.

Les charges et les exigences de formation constituent, incontestablement, l'un des obstacles majeurs au développement de la bancassurance et notamment dans le domaine des produits IARD.¹

2.2. Pour les assureurs :

Les assureurs dans la bancassurance font face à des limites liées à leur dépendance aux banques pour la distribution, à la standardisation des produits qui réduit leur flexibilité, et aux coûts élevés liés à la digitalisation et aux contraintes réglementaires, ce qui freine leur capacité d'innovation et d'autonomie commerciale.

¹ Cours de bancassurance » par Brahim Guenane, Université de Boumerdes (Algérie), pages 45 à 52

2.2.1 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 distributeur.

La suprématie de la banque est beaucoup plus grande si la compagnie d'assurance est sa filiale. Décidément, la filiale est tenue d'intégrer complètement la culture de sa maison mère et d'adopter la stratégie de cette dernière. La filiale se dissout petit à petit dans le groupe et perd tout pouvoir décisionnel.¹

2.2.2. 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. En effet, le meilleur des clients de la banque, étant en possession d'une puissante voiture de sport et étant un adepte de la vitesse présente un très mauvais risque en assurance automobile et le banquier ne pourra pas refuser de l'assurer ; il va même chercher à lui offrir le meilleur des tarifs.

D'un autre côté, lors de la survenance de sinistres, le banquier a tendance à défendre son client et essaie toujours de faire payer l'assureur pour éviter des conflits avec son client. Et si le problème persiste, le banquier déclinera toute responsabilité à l'égard de la tournure qu'ont prise les choses et n'hésitera pas à mettre tout sur le dos de l'assureur.²

2.2.3. Le secret bancaire

En théorie, les deux partenaires pourront échanger leurs fichiers clientèle et ainsi avoir accès à une clientèle potentielle dont la situation financière et assurantielle sera bien étudiée. De plus cela permettrait bien qu'à l'assureur qu'au banquier d'améliorer leur gestion concernant la clientèle commune.

Cependant, dans le cadre de la bancassurance, cette communication d'informations relatives à la clientèle par les banques à la compagnie d'assurance, qu'elle soit filiale ou partenaire de la banque, n'est pas compatible avec les exigences du secret bancaire. En effet, la banque doit avoir l'accord et le consentement de son client pour pouvoir communiquer des informations le concernant à des tiers.

De même, les fichiers informatiques contenant des informations nominatives ne peuvent être cédés à des tiers, quel que soit leur nature, sans avoir eu, d'une part, l'accord de l'organisme de contrôle compétent à l'exemple du CNIL (le Conseil National de l'Information et de

¹ M. GUENANE Brahim, op.cit. Page 30 à 32

² M. GUENANE Brahim, op.cit. Page 33 à 35

Liberté) en France et celui des personnes concernées. D'autre part, ces dernières, ont un pouvoir de contrôle et de refus de transmission. Le non-respect de ces dispositions est susceptible de sanctions pénales.

Néanmoins, dans certains pays du moins, le législateur autorise les banques à transmettre des informations jugées générales sur la situation financière de leurs clients.

Jusqu'à ce jour, aucune banque n'est mise en accusation pour non-respect du secret professionnel liée aux opérations de bancassurance.

D'un autre côté, les systèmes d'informations des deux institutions ne sont pas toujours du même niveau, alors leur interconnexion occasionnerait des dépenses colossales.¹

2.3. Pour l'Etat :

L'État fait face à des limites dans la bancassurance liée à la complexité de réguler un secteur hybride, à la nécessité d'équilibrer protection des consommateurs et innovation, ainsi qu'à la difficulté de superviser efficacement les risques financiers croisés entre banques et assureurs.

2.3.1 Les effets sur le niveau de solvabilité (double effet de levier) :

La constitution des groupes et de conglomérats financiers dans le cadre d'une stratégie bancassurance conduit à un renforcement fictif des fonds propres des entités appartenant au groupe ou au conglomérat financier. Les fonds propres constituent un gage de solvabilité pour les créanciers. Les prises de participations croisées entre banques et compagnies d'assurance leur permettent d'effectuer une double utilisation des fonds propres dans le sens où le même capital va servir de garantie, pour les opérations bancaires et les opérations d'assurance à la fois. Ceci, diminue sensiblement la surface financière réelle des parties et en l'occurrence leur solvabilité.

Cette situation est très préjudiciable, notamment dans un environnement économique instable. Une aggravation des risques assurés conjuguée avec une dégradation du portefeuille du crédit de la banque peut mettre les deux entités dans l'impossibilité de faire face à leurs engagements et même aller jusqu'à la faillite du groupe.²

2.3.2. L'aléa moral

Les liens capitalistiques et les relations d'affaires entre la banque et sa filiale assurance peuvent conduire à des comportements psychologiques loin de la déontologie et l'orthodoxie bancaire et assurantielle. La banque sera tentée de prendre plus d'engagements et plus de risques qu'il n'en faut, en comptant sur l'aide et le soutien de sa filiale. Plus grave encore, la filiale assurance fera autant ; elle essaiera de développer ses activités en négligeant

¹ BANCASSURANCE - UAR (Union Algérienne des Sociétés d'Assurance et de Réassurance), Pages 50 à 52

² Mohamed Abdelaziz Benkaml, Revue DIRASSAT, Université de Laghouat (2012), page 50

les normes et ratios de solvabilité et en comptant sur l'aide de la maison mère. Il apparaît clairement que cette situation est très risquée et peut enfoncer les deux entités dans une situation de crise interminable.

L'aléa moral peut même atteindre les hauts dirigeants du groupe. Ainsi les hauts responsables vont se dire que leur groupe est très important sur le marché et en cas de problème l'Etat ne va pas les laisser tomber, elle va intervenir pour les aider à sortir de leur difficulté advenue que pourra. Cet état d'esprit va les pousser à négliger les règles prudentielles et les ratios de solvabilité propres à chaque métier. Les autorités de contrôle respectives doivent suivre de près à chaque métier. Les autorités de contrôle respectives doivent suivre de près les groupes bancassurance afin d'éviter toute dégradation de leur niveau de solvabilité.¹

2.3.3. Restreindre la concurrence

Les pouvoirs publics cherchent toujours à développer la concurrence et luttent contre constitution de monopoles qui fausseraient les jeux de la concurrence. Les synergies actuelles et les mouvements de concentration dans la sphère des services financiers peuvent aboutir à long terme à une situation quasi monopolistique avec quelques groupes géants qui vont se partager le marché.²

2.3.4. Le risque de contagion

Lorsqu'une société de groupe subit des pertes importantes qu'elle ne peut assumer, les problèmes financiers risquent de se communiquer aux autres établissements, la défaillance de cette société peut provoquer la perte de confiance dans l'ensemble du groupe.

Par exemple, lorsque les clients de la banque mettent en doute sa solvabilité et qu'ils ne lui font plus confiance, ils décident de retirer massivement leurs dépôts, la banque ne pouvant faire face à toutes ces demandes de retraits massifs se trouvent en situation d'liquidité. Dans un effet de domino, ces problèmes financiers se transmettent aux autres entreprises du groupe³.

3. Les facteurs clés du succès des bancassurances :⁴

Dans cette partie, nous proposons de présenter les principaux facteurs clés de succès des bancassurances.

La bancassurance est réalité très contrastée, succès évident sur de nombreux marchés tels la France. L'Espagne ou Italie. Elle demeure pourtant marginale dans d'autres pays. Pourtant il

¹ BANCASSURANCE - UAR (Union Algérienne des Sociétés d'Assurance et de Réassurance), pages20-22

² La Bancassurance en Algérie, mémoire Pages : 18-19

³ Mohamed Abdelaziz Benkaml, Revue DIRASSAT page 51

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, hétérogènes et parfois surprenantes.

Il est également difficile d'établir des priorités et des facteurs absolument déterminants car les situations, les histoires et cultures de chaque pays entrent en jeu et parfois en opposition avec les études réalisées sur cette question.

Pas de " recettes miracles" donc, mais un certain nombre de constats que nous avons pu faire après l'analyse de plusieurs expériences de bancassurance à travers le monde.

3.1. Facteurs exogènes

Les facteurs exogènes regroupent l'ensemble des éléments extérieurs qui influencent la bancassurance. Ces facteurs incluent l'environnement économique et réglementaire, l'image perçue sur le marché, le comportement des consommateurs ainsi que le taux de pénétration de l'assurance, qui conditionnent tous la dynamique et le développement du secteur.¹

3.1.1. L'environnement :

Le premier facteur de succès est l'environnement du pays concerné, en premier lieu son environnement légal et fiscal.

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 Italie avec la loi Amato autorisant les banques à investir dans les compagnies d'assurance. En sens inverse, le Glass Steagall Act a ralenti le phénomène aux États-Unis.

En second lieu 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 bancassurance.

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, 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 est des facteurs essentiels. Cette image peut être la conséquence

¹ Bancassurance : stratégies et modèles, ouvrage collectif sous la direction de Jean-Pierre Thiollet, Dunod, 2017. Page : 45-47

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 privilégiée et de confiance avec leur banque ou leur banquier. Les banques bénéficient également de l'impression, justifiée ou non d'être plus aptes à gérer les problèmes financiers que l'assureur. Cette relation de confiance existe d'autant plus que la marque est puissante et sa notoriété réelle. Les clients des pays cités ci-dessus sont attachés à la rencontre physique avec leur banquier.

3.1.3. Le comportement des consommateurs :

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 Internet, moins la bancassurance s'est implantée.

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. Cette habitude de consommation est tout à fait en opposition avec le développement de la bancassurance sur un marché. 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 États-Unis.¹

3.1.4. 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 il 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 dense et organisé. Par ces accords, la bancassurance a pu s'implanter souvent à un coût réduit et avec une grande efficacité et rapidité. Le meilleur exemple est certainement l'Espagne mais également certains pays d'Amérique Latine où les banques et assureurs étrangers ont un taux de pénétration très élevé. Beaucoup de pays d'Asie prennent également cette voie de développement.²

¹ Digitalisation et bancassurance : impacts sur les comportements, Page : 28-31

² World Insurance Report 2021, Swiss Re Institute. Page : 55-58

3.2. Facteurs endogènes :

La bancassurance repose en grande partie sur le réseau de distribution des banques, qui constitue un facteur endogène clé. Ce réseau permet d'exploiter la relation de confiance existante avec les clients pour commercialiser efficacement les produits d'assurance.

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 n'important de points de vente, propre à apporter aux clients ou prospects une proximité géographique et humaine, va faciliter les rencontres entre banquiers et consommateurs et donc permettre d'accroître les chances de vente. 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.

A. Les caractéristiques des produits d'assurance 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 dépôts, il faut rester vigilant afin que ces produits ne viennent pas se substituer aux produits bancaires mais réellement compléter l'offre déjà existante. Il s'agit là 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

L'important est cependant de toujours proposer des produits pour lesquels présentation et définition simples et pour lesquels les options de choix sont limitées.¹

¹ Jean-Pierre Thiollot, « La bancassurance : stratégies, modèles et enjeux », Pages : 60-63

B. Les modèles retenus :

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 et assurer sa diversification 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.

Certains modèles, il est vrai, sont plus présents dans certaines régions : en Europe les modèles d'activités sont généralement très intégrés, tandis qu'en Asie l'on retrouve principalement des accords de distribution et de coentreprise.

Mais il n'en est jamais un seul qui gouverne tout un marché. Dans un modèle d'intégration totalement ou partiellement intégré, la mise en place de structures uniques (système informatique, réseaux de ventes,) permettra souvent d'atteindre une efficacité accrue et de restreindre au point optimal les coûts de distribution.

Mais certains acteurs peuvent préférer des accords simples de distribution qui offrent une plus grande souplesse et une liberté dans les prises de décisions et les choix relatifs aux produits distribués, communication et publicité, gestion des polices.¹

Conclusion

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

Les résultats de la bancassurance sont le reflet de stratégies construites autour de plusieurs atouts dont disposent face aux compagnies d'assurance traditionnelles à capitaux privés ou mutualistes et aux mutuelles sans intermédiaires, qui avaient elles-mêmes percés sur les segments de l'assurance autre de la multirisque habitation.

Or pour garantir la réussite et le bon fonctionnement de cette innovation, certaines conditions sont nécessaires. Parmi lesquelles on peut citer la stimulation du personnel des banques à vendre les produits d'assurance et la formation du personnel chargé de diffuser ces produits, la mise en place des systèmes bancaires facilitant l'interconnexion des données bancaires et celles assurantielles, la modification de la réglementation en cours, la modernisation des guichets en vue de les rendre propices à la confidentialité. Et enfin la promotion des produits d'assurance à l'aide d'affiches brochures.

¹ REDDAD.T, La bancassurance cas de la CNEP-banque, Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention d'une licence en sciences de gestion, Option : finance, université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou, page 38



Chapitre II : Etat des lieux de la bancassurance

Introduction

Depuis plusieurs années, l'Algérie s'attache à moderniser son secteur financier en renforçant notamment les synergies entre les banques et les compagnies d'assurance. Dans ce contexte, la bancassurance, introduite officiellement en 2006, s'est imposée comme une solution stratégique pour dynamiser le marché de l'assurance en s'appuyant sur le réseau bancaire, encore peu développé mais porteur d'opportunités. Cette démarche vise à faciliter l'accès aux produits d'assurance, à diversifier l'offre et à mieux répondre aux besoins des clients en proposant des services intégrés. Malgré une progression encourageante, le développement de la bancassurance en Algérie reste confronté à des défis structurels, tels que la faible culture assurantielle et les contraintes réglementaires, qui freinent son plein essor. Néanmoins, la collaboration entre banques et assureurs continue de se renforcer, témoignant de l'importance croissante de ce canal dans le paysage financier national.

Section 1 : Evolution de la bancassurance en Algérie

La bancassurance en Algérie s'est imposée comme un modèle innovant qui facilite la distribution des produits d'assurance via les réseaux bancaires. Ce mécanisme permet aux banques d'élargir leur offre de services tout en répondant aux besoins diversifiés des clients, contribuant ainsi au développement du secteur financier dans un contexte économique en évolution.

1. Emergence de la bancassurance en Algérie

Dix ans après la promulgation de l'ordonnance 95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances, il est apparu indispensable d'assurer une croissance soutenue de l'activité d'assurance et d'accroître l'attractivité du secteur pour les investissements directs. Les autorités financières algériennes ont ainsi reconnu que le développement du secteur des assurances ne pouvait être confié uniquement aux compagnies d'assurance.

Pour favoriser cette croissance, la loi n°06-04 du 20 février 2006 a introduit la diversification et le développement de nouvelles formes de distribution de l'assurance, notamment par le recours aux banques et aux établissements financiers. Cette loi autorise les banques à commercialiser plusieurs produits d'assurance, tels que l'assurance de personnes, l'assurance-crédit, ainsi que les assurances liées aux risques d'habitation et agricoles.

Selon l'article 74 de l'ordonnance 03-11, les banques peuvent prendre des participations dans des sociétés d'assurance existantes ou créer des filiales, dans le respect des quotas fixés par le Conseil de la Monnaie et du Crédit (CMC). De leur côté, les compagnies d'assurance, en tant qu'investisseurs institutionnels, sont également autorisées à investir dans des banques existantes ou nouvellement créées. Ces dispositions facilitent le rapprochement capitalistique entre les deux industries.¹

¹ Analyse du contexte global de la bancassurance en Algérie Etude comparative, Dr- HAMOUL et TARIK Dr-Kassoul Sofiane.

2. Le cadre réglementaire régissant les activités de la bancassurance :

La bancassurance, qui désigne la distribution de produits d'assurance par les établissements bancaires, constitue une stratégie majeure pour le développement du secteur financier en Algérie. Afin d'encadrer cette activité hybride, un cadre réglementaire spécifique a été mis en place, visant à définir les modalités de collaboration entre banques et compagnies d'assurance ainsi que les conditions de distribution des produits d'assurance. Ce dispositif juridique, fruit de plusieurs réformes successives, témoigne de la volonté des autorités algériennes de promouvoir la bancassurance tout en assurant la protection des consommateurs et la stabilité du marché.

2.1. Références législatives et réglementaires :

L'ordonnance n° 95/07 du 25 /01/1995 relative aux assurances modifiée et complétée par la Loi 06-04 du 20 février 2006, titre III, chapitre I, 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 maximums de la commission de distribution. Jo n°59 du 23 septembre 2007.¹

2.2. Autres Dispositions :

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 2008.²

On peut dire que le cadre réglementaire algérien n'est pas contre l'idée de maître en place une stratégie de bancassurance unissons de se faite les banques et les compagnies d'assurances, plusieurs réformes ont été réalisé pour permettre le démarrage de la stratégie bancassurance en Algérie.

¹ <https://cna.dz/bancassurance/> consultée le 23 avril 2025 à 12h35

3. Produits de Bancassurance en Algérie :

La bancassurance en Algérie a permis aux banques, établissements financiers et entités assimilées d'élargir leur champ d'activité en intégrant la commercialisation de produits d'assurance spécifiques. Ces produits concernent principalement les assurances de personnes, l'assurance-crédit ainsi que les assurances liées aux risques simples d'habitation, incluant la multirisque habitation, l'assurance obligatoire des risques catastrophiques et les risques agricoles. Cette diversification des offres traduit une volonté stratégique d'exploiter le potentiel du réseau bancaire pour améliorer la distribution des produits d'assurance, tout en répondant aux besoins variés des assurés.

Dans ce cadre, de nombreuses conventions de partenariat ont été établies entre des banques et des compagnies d'assurance, illustrant une collaboration institutionnalisée et structurée. Par exemple, la société Cardif El Djazair a noué des accords avec BNP Paribas et la CNEP Banque, ce qui permet à ces établissements bancaires de proposer des produits d'assurance adaptés à leur clientèle, en s'appuyant sur l'expertise de Cardif dans le domaine des assurances de personnes. De même, AXA a développé des partenariats avec plusieurs banques telles que l'AGB, la SGA, BNP et la BEA, renforçant ainsi sa présence sur le marché algérien et facilitant l'accès à ses produits via un réseau bancaire étendu.

Par ailleurs, la Société Algérienne d'Assurance (SAA) collabore avec les banques BADR et BDL, ce qui illustre l'engagement des assureurs publics dans la bancassurance, visant à étendre la couverture des risques et à toucher une clientèle plus large. D'autres alliances notables incluent CAAR avec BEA et CPA, ainsi que CAARAMA avec CPA, BNA et ABC, qui témoignent de la diversité des acteurs impliqués et de la volonté de mutualiser les compétences pour optimiser la distribution des produits d'assurance.

Enfin, la collaboration entre AMANA et les banques BADR, BDL et BNA souligne l'importance accordée à la bancassurance comme levier de croissance pour les deux secteurs

Ces partenariats élargissent la gamme des produits proposés tout en améliorant la qualité du service, via une coordination renforcée entre les acteurs et l'exploitation des infrastructures bancaires existantes. Cette synergie renforce la confiance des clients et favorise une adoption plus large des produits d'assurance, tout en stimulant l'innovation et la compétitivité sur le marché algérien. Ainsi, ces alliances stratégiques dépassent la simple commercialisation : elles englobent également la définition de modalités opérationnelles telles que la formation des personnels bancaires, la gestion des commissions, ainsi que la mise en place de mécanismes de suivi et de contrôle.

La bancassurance en Algérie s'appuie sur un réseau dense de partenariats entre banques et compagnies d'assurance, qui constituent un vecteur essentiel pour le développement du secteur assurantiel. Ces alliances permettent de combiner les compétences et les ressources des deux secteurs, d'élargir l'offre de produits, et d'améliorer la distribution, tout en répondant aux défis spécifiques du marché algérien.¹

¹ Revue de L'ASSURANCE N°14- Septembre 2016 p.11

Tableau N°02 : Synthèse des conventions de partenariat entre banques et compagnies d'assurance en Algérie

Partenaires	Type d'acteurs	Produits d'assurance distribués	Objectifs et spécificités
Cardif El Djazair et BNP Paribas, CNEP Banque	Compagnie d'assurance et banques	Assurances de personnes (accidents, maladie, vie-décès, capitalisation)	Exploiter l'expertise de Cardif pour élargir l'offre via les réseaux bancaires, ciblant la clientèle individuelle.
AXA et AGB, SGA, BNP, BEA	Compagnie d'assurance et banques	Assurances de personnes, assurance multirisque habitation	Renforcer la présence sur le marché algérien, faciliter l'accès aux produits via un réseau bancaire étendu.
SAA et BADR, BDL	Société d'assurance publique et banques	Assurances dommages, multirisque habitation, risques agricoles	Étendre la couverture des risques, toucher une clientèle plus large, partenariat public-privé.
CAAR et BEA, CPA	Compagnie d'assurance et banques	Assurances de personnes et dommages	Mutualiser les compétences pour optimiser la distribution des produits d'assurance.
CAARAMA et CPA, BNA, ABC	Compagnie d'assurance et banques	Assurances de personnes et crédits	Diversifier l'offre et renforcer la coopération intersectorielle.
CAAT & BEA	Compagnie d'assurance et banque	Assurances diverses	Développer la bancassurance dans différents segments du marché.
AMANA et BADR, BDL, BNA	Compagnie d'assurance et banques	Assurances diverses	Améliorer la qualité du service, élargir la gamme de produits, renforcer la confiance client.

Source : Réaliser par nous même

4. L'évolution de la bancassurance en Algérie pendant 2022/2024 :

La bancassurance, qui désigne la distribution de produits d'assurance via les réseaux bancaires, constitue un levier stratégique pour le développement du secteur assurantiel dans de nombreux pays. En Algérie, ce mode de distribution, officiellement introduit au début des années 2000, connaît une croissance progressive.

En 2023, le marché algérien des assurances a enregistré un chiffre d'affaires global d'environ 163 milliards de dinars algériens (DA), soit une progression de 5 % par rapport à 2022. Cette

dynamique positive s'est poursuivie en 2024, avec un chiffre d'affaires estimé à 181,3 milliards DA, représentant une hausse de 4,4 % par rapport à l'année précédente. La structure globale du marché reste largement dominée par les assurances de dommages, qui représentent près de 83 % du chiffre d'affaires total en 2024, tandis que les assurances de personnes et les assurances agricoles occupent une part plus modeste mais en croissance.

Concernant la bancassurance, cette dernière a connu une progression notable au cours des années 2023 et 2024. En 2023, la production d'assurance via les réseaux bancaires a atteint environ 8 milliards DA, en hausse de 12 % par rapport à 2022. Bien que sa part reste encore modeste comparée aux autres canaux de distribution tels que les agents généraux et les courtiers, la bancassurance s'intègre de plus en plus dans le paysage assurantiel national.

En 2024, cette tendance haussière s'est accentuée, portée principalement par les assurances de personnes (notamment les assurances vie) et les assurances agricoles. Ces segments bénéficient d'une forte synergie avec les banques, notamment à travers la commercialisation d'assurances liées aux crédits et à la protection sociale. Les assurances agricoles, soutenues en partie par la bancassurance, ont enregistré une croissance remarquable de 17,5 % en 2024.

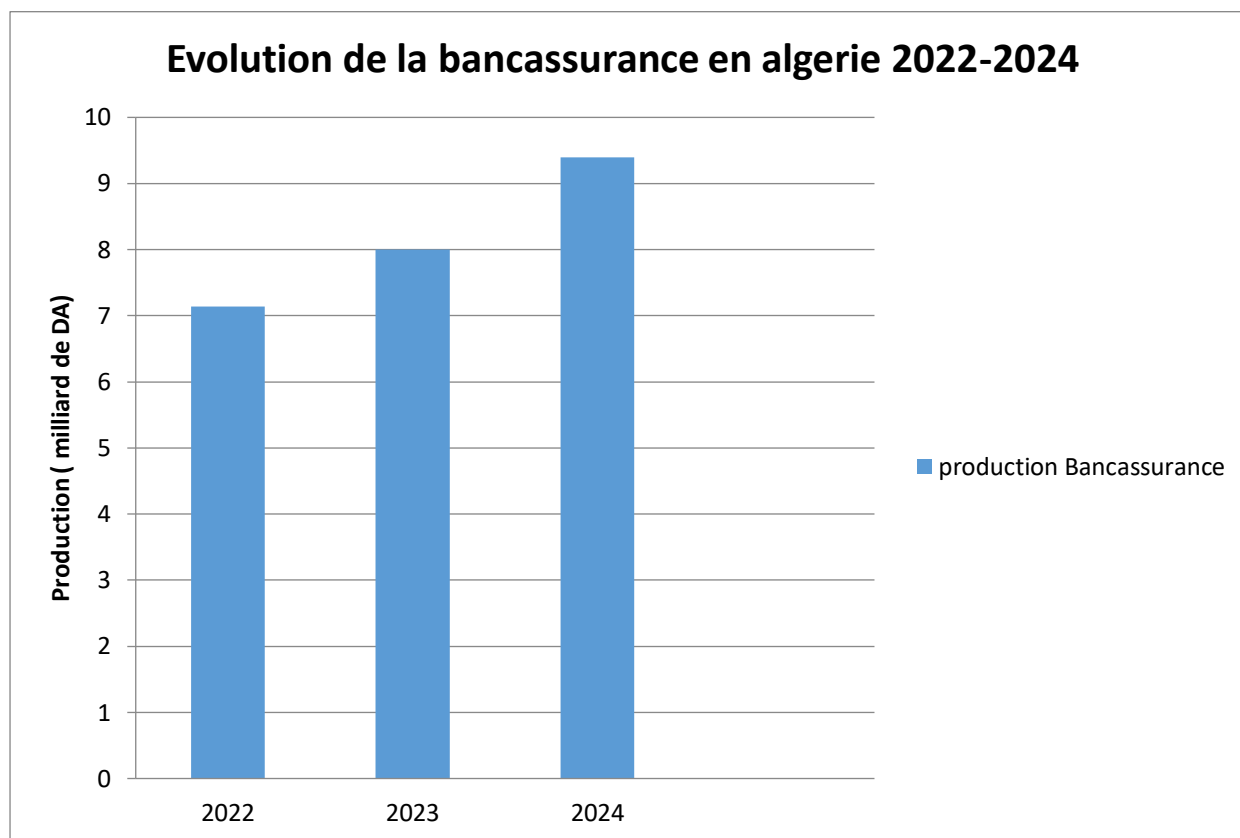
Le développement de la bancassurance en Algérie repose sur plusieurs compagnies d'assurance partenaires des banques. Parmi elles, CARDIF EL-DJAZAIR, filiale d'une grande banque nationale, occupe une position dominante, représentant près de 46 % de la production totale de bancassurance en 2023. Cette concentration illustre le rôle central des banques dans la distribution des produits d'assurance via ce canal.

Par ailleurs, la bancassurance doit faire face à une concurrence persistante des agents généraux et des courtiers, qui demeurent des acteurs majeurs du secteur. En 2023, ces derniers ont enregistré une baisse de leur production (-12 %), ce qui pourrait favoriser une montée en puissance progressive de la bancassurance.

Ainsi, la bancassurance en Algérie s'affirme comme un élément dynamique du marché des assurances, participant activement à la croissance globale du secteur. Son développement s'appuie sur la diversification des produits et une meilleure synergie entre les acteurs bancaires et assurantiels, renforçant ainsi l'offre disponible pour les assurés.¹

¹ Document interne de CNA

Figure N°03 : Evolution de la bancassurance en Algérie 2022-2024



Source : Nos recoupements personnels d'après le texte d'évolution

Cette figure montre que la bancassurance en Algérie a connu une croissance constante entre 2022 et 2024, avec un chiffre d'affaires qui est passé de 7 à plus de 9 milliards de dinars. Cette évolution confirme que la bancassurance gagne en importance, surtout grâce aux assurances de personnes et agricoles.

Section 2 : Les stratégies, enjeux et défis de la bancassurance en Algérie

La bancassurance en Algérie s'impose comme une évolution majeure du secteur financier, reflétant une volonté de modernisation et de diversification des services proposés aux clients. Ce mode de distribution, qui combine les forces des banques et des compagnies d'assurance, s'inscrit dans un contexte de réformes économiques et financières visant à dynamiser le marché national. En s'appuyant sur un cadre réglementaire spécifique et en exploitant les synergies entre les acteurs, la bancassurance contribue à enrichir l'offre, à optimiser les ressources et à renforcer la compétitivité du secteur. Son développement soulève néanmoins des défis importants, liés à la gestion de la relation client, à l'adaptation des produits et à la nécessité d'une stratégie cohérente pour assurer sa pérennité et son impact positif sur l'économie algérienne.

1. Les facteurs de la bancassurance en Algérie :

La stratégie de la bancassurance en Algérie s'appuie sur la diversification des produits bancaires vers l'assurance, le développement de partenariats solides entre banques et assureurs, l'exploitation des réseaux bancaires pour élargir la clientèle, et la promotion de produits d'assurance vie pour soutenir l'épargne et le financement à long terme. Ces stratégies sont adaptées aux spécificités du marché algérien et visent à surmonter les obstacles liés à la réglementation, à la culture financière et à la structure du marché.

1.1. Cadre réglementaire favorable à la bancassurance :

La bancassurance en Algérie s'est développée dans un cadre réglementaire précis, notamment avec la loi n°06-04 de 2006 et ses décrets d'application en 2007, qui ont autorisé les banques à distribuer des produits d'assurance via leurs réseaux. Cette évolution a permis aux banques algériennes d'adopter la bancassurance comme une stratégie de diversification de leur offre.

1.2. Partenariats stratégiques entre banques et compagnies d'assurance :

La stratégie centrale repose sur la signature de conventions de partenariat entre banques et compagnies d'assurance, permettant aux banques de commercialiser une gamme diversifiée de produits d'assurance, notamment l'assurance vie, la capitalisation, les assurances multirisques, agricoles et les assurances liées au crédit. Le premier partenariat notable en Algérie a été conclu en 2008 entre la CNEP-Banque et CARDIF El Djazair, illustrant ce modèle de coopération commerciale.¹

1.3. Exploitation des réseaux bancaires pour une distribution élargie :

L'exploitation des réseaux bancaires constitue un levier majeur de cette stratégie. En effet, les banques utilisent leur maillage territorial pour toucher une clientèle large et diversifiée, y compris dans des zones où les compagnies d'assurance traditionnelles sont peu présentes. Cette approche permet d'améliorer la pénétration de l'assurance dans un pays où la culture assurantielle reste faible et où le taux de bancarisation est encore limité.²

1.4. Enrichissement de l'offre par le développement de l'assurance vie :

Un autre axe stratégique consiste à enrichir l'offre d'assurance, en particulier en développant l'assurance vie et les produits de capitalisation. Ces produits sont essentiels pour encourager l'épargne à long terme et contribuer au financement des retraites complémentaires, secteurs encore peu développés en Algérie.³

¹Conventions de partenariat entre CNEP-Banque et CARDIF El Djazair (2008).

²<https://fr.scribd.com/document/646341532/MEMOIRE-DE-FIN-D-ETUDE-BANCASSURANCE.p58>

³<http://uar.dz/>

1.5. Contribution à la modernisation du marché financier algérien :

La bancassurance est intégrée dans une dynamique plus large de modernisation du marché financier algérien. Elle participe à la réforme financière globale du pays en favorisant la bancarisation, la diversification des services financiers et l'amélioration de la qualité des produits proposés. Cette stratégie inclut également la formation des réseaux bancaires à la vente des produits d'assurance et la sensibilisation du public afin de surmonter les contraintes liées à la faible culture assurantielle et aux rigidités réglementaires.

2. Les enjeux de la bancassurance en Algérie :

La bancassurance en Algérie présente des enjeux clés pour les banques, les assureurs, les clients et l'économie, en favorisant la diversification, l'accès aux produits d'assurance et le soutien au développement financier national. Son succès dépend d'une collaboration efficace et d'un cadre réglementaire adapté.

2.1. Les enjeux de la bancassurance pour les banques en Algérie :

La bancassurance constitue pour les banques algériennes une opportunité stratégique majeure, particulièrement dans un contexte de transformation du secteur financier et de pression croissante sur les marges des activités bancaires traditionnelles. Ce modèle permet aux banques de diversifier leurs sources de revenus en intégrant la distribution de produits d'assurance à leur offre, ce qui représente un levier de croissance essentiel face à l'intensification de la concurrence et à la désintermédiation du secteur. En proposant des solutions d'assurance à leur clientèle existante, les banques optimisent l'utilisation de leur réseau d'agences, renforcent la fidélisation de leurs clients et améliorent leur attractivité commerciale.

La bancassurance offre également la possibilité de valoriser le capital humain des banques à travers la formation du personnel à la vente de produits d'assurance, favorisant ainsi le développement de nouvelles compétences au sein des équipes. Par ailleurs, la perception de commissions substantielles sur les primes collectées permet aux banques de générer des revenus additionnels, tout en limitant les investissements nécessaires par rapport à d'autres activités financières.

Cependant, la réussite de la bancassurance repose sur la capacité des banques à adapter leur organisation interne, à investir dans la formation continue de leur personnel et à assurer une intégration efficace des systèmes d'information avec ceux de leurs partenaires assureurs. La mise en place de processus de coopération et de coordination efficaces entre banques et compagnies d'assurance demeure ainsi un enjeu déterminant pour exploiter pleinement le potentiel de la bancassurance en Algérie.¹

¹ Revue de L'ASSURANCE n°14, Conseil National des Assurances (CNA), septembre 2016, « Bancassurance en Algérie : Dix années après son introduction », p. 10-12.

2.2. Les enjeux de la bancassurance pour les compagnies d'assurance en Algérie :

Pour les compagnies d'assurance, la bancassurance représente un levier stratégique pour élargir leur réseau de distribution et atteindre une clientèle plus vaste, en particulier dans les régions où leur présence directe demeure limitée. Ce modèle leur permet non seulement d'augmenter leur part de marché, mais aussi de diversifier et d'innover dans leur offre, en s'appuyant sur la relation de confiance déjà établie entre les banques et leurs clients. Grâce à l'accès au réseau bancaire, les assureurs peuvent proposer des produits adaptés à des segments de clientèle variés, renforçant ainsi leur position concurrentielle sur le marché.

Cependant, la réussite de la bancassurance implique pour les compagnies d'assurance de s'adapter aux exigences spécifiques de leurs partenaires bancaires. Cela nécessite des investissements dans l'intégration des systèmes d'information, ainsi qu'une formation adéquate du personnel afin d'assurer une coopération efficace et une qualité de service optimale. De plus, la pérennité de ce modèle repose sur la capacité des assureurs à instaurer des partenariats équilibrés et durables, garantissant à la fois la satisfaction des clients et la performance commerciale des deux parties.

2.3. Les enjeux de la bancassurance pour les clients en Algérie :

La bancassurance offre aux clients une solution intégrée qui centralise l'ensemble de leurs besoins financiers et assurantiels en un seul lieu. Grâce à un réseau bancaire généralement plus dense et étendu que celui des assureurs traditionnels, les clients bénéficient d'un accès facilité à une large gamme de services financiers. Le règlement des primes d'assurance est simplifié, avec des

Prélèvements automatiques directement effectués sur leur compte bancaire, ce qui améliore la gestion et la fluidité des paiements.

Par ailleurs, la bancassurance permet au client de disposer d'un interlocuteur unique, renforçant ainsi la relation de confiance et la qualité du service. Cette proximité favorise la satisfaction client, qui peut se traduire par un effet de recommandation, stimulant l'adoption de ces produits auprès d'une clientèle élargie.

De plus, les banques exigent souvent des garanties d'assurance pour l'octroi de crédits. La collaboration entre banques et compagnies d'assurance facilite la mise à disposition de produits adaptés aux besoins spécifiques des clients, permettant ainsi d'obtenir crédit et assurance en un même endroit, simplifiant les démarches et accélérant les processus.

La bancassurance rassure davantage les clients grâce à la capacité organisationnelle et à la rigueur des banques, qui surpassent souvent les intermédiaires traditionnels tels que les courtiers ou agents généraux. Cette organisation structurée garantit une meilleure gestion des contrats et un suivi plus efficace, renforçant la confiance des clients dans leurs solutions d'assurance.

2.4. Enjeux macroéconomiques de la bancassurance en Algérie :

La bancassurance joue un rôle clé dans le développement macroéconomique en Algérie, notamment en favorisant la mobilisation de l'épargne, essentielle au financement de l'économie. En intégrant la distribution des produits d'assurance au sein des réseaux bancaires, elle offre aux clients une garantie de simplicité, de transparence et d'accessibilité, facilitant ainsi l'épargne individuelle et collective.

Cependant, malgré son potentiel, la bancassurance peine à s'imposer pleinement sur le marché algérien. Ce ralentissement s'explique par plusieurs facteurs : l'impact limité des campagnes de promotion des compagnies d'assurance, la détérioration du pouvoir d'achat des ménages, l'absence d'une culture d'assurance bien ancrée, ainsi que des considérations religieuses, certains clients estimant que la protection ultime relève uniquement de la volonté divine. Cette méfiance freine particulièrement le développement de l'assurance de personnes, qui inclut les garanties liées aux accidents, maladies, prévoyance et retraite.

La bancassurance représente pourtant une opportunité majeure pour élargir l'offre d'assurance vie et retraite, produits traditionnellement peu développés en Algérie. En proposant ces solutions directement dans les agences bancaires, les établissements peuvent toucher une clientèle jusqu'ici peu sensibilisée, tout en contribuant à la réforme financière et à l'accroissement des taux de bancarisation et de pénétration de l'assurance, encore faibles comparés aux pays voisins comme le Maroc et la Tunisie.

Face à l'augmentation du nombre de retraités, la bancassurance offre également une réponse aux limites du système de retraite par répartition en promouvant des produits de retraite complémentaire par capitalisation. Par ailleurs, l'automatisation et la digitalisation des services bancaires permettent d'optimiser les ressources humaines, en orientant le personnel bancaire vers la commercialisation de produits d'assurance, ce qui contribue à limiter les suppressions d'emplois.

L'entrée des banques sur le marché de l'assurance stimule la concurrence, encourageant une meilleure maîtrise des coûts et une exploitation optimale des avantages comparatifs des acteurs.

3. Les défis de la bancassurance en Algérie :

La bancassurance en Algérie fait face à plusieurs défis majeurs liés à la collaboration entre banques et assureurs, à la digitalisation, à la formation des acteurs et au cadre réglementaire. Comprendre ces obstacles est essentiel pour en favoriser le développement.

3.1. Faible densité et accessibilité limitée des réseaux bancaires

L'un des principaux obstacles au développement de la bancassurance en Algérie est la faible densité du réseau bancaire. En effet, le nombre d'agences bancaires est insuffisant pour couvrir efficacement l'ensemble du territoire, ce qui limite la proximité avec les clients potentiels. Cette situation réduit les opportunités pour les banques de proposer des produits d'assurance à une large clientèle, notamment dans les zones rurales ou moins urbanisées. La bancassurance repose sur une relation de confiance et un contact régulier avec les clients, ce qui est difficile à instaurer sans un réseau dense et accessible.¹

3.2. Faible développement de l'assurance des personnes lié à des facteurs culturels et sociaux

L'assurance des personnes, qui comprend notamment l'assurance santé, la prévoyance ou la retraite, reste très peu développée en Algérie. Ce phénomène s'explique en partie par des facteurs culturels et sociaux. Par exemple, certaines pratiques traditionnelles d'entraide familiale ou communautaire remplacent souvent les mécanismes d'assurance formels. Par ailleurs, des réticences peuvent exister liées à des perceptions religieuses ou à un manque de sensibilisation aux bénéfices de ces produits. Cette faible demande limite la diversification et la croissance du portefeuille d'offres bancassurance.²

3.3. Manque de synergie et de stratégie commune entre banques et assureurs

La bancassurance nécessite une collaboration étroite et stratégique entre les banques et les compagnies d'assurance. Or, en Algérie, cette coopération est encore embryonnaire. Les deux parties fonctionnent souvent de manière indépendante, sans véritable coordination ni partage d'objectifs communs. Ce manque de synergie se traduit par une offre peu adaptée aux besoins des clients, une faible innovation dans les produits proposés, et une inefficacité dans la distribution. Pour que la bancassurance se développe pleinement, il est essentiel que banques et assureurs construisent des partenariats solides, basés sur la confiance et la complémentarité.³

3.4. Retard dans la digitalisation et l'innovation des services

Le secteur bancaire et assurantiel algérien accuse un retard significatif en matière de digitalisation. Les services en ligne, les plateformes de souscription électronique, et les outils numériques de gestion sont encore peu développés. Cette situation limite la capacité des banques à offrir des produits d'assurance accessibles, rapides et personnalisés. La digitalisation est pourtant un levier majeur pour moderniser la distribution, réduire les coûts et

¹ Revue de l'ASSURANCE n°14, p.14)

² Idem p 15

³ Idem p13

améliorer l'expérience client. Le lancement récent de solutions de paiement électronique est un pas dans la bonne direction, mais beaucoup reste à faire pour rattraper ce retard.¹

3.5. Insuffisance de formation et de compétences spécialisées

La commercialisation de produits d'assurance via les banques requiert des compétences spécifiques, notamment une bonne connaissance des produits d'assurance, des techniques de vente adaptées, et une capacité à conseiller les clients en fonction de leurs besoins. En Algérie, le personnel bancaire et assurantiel manque souvent de cette formation spécialisée. Cette lacune affecte la qualité du service, la confiance des clients et, in fine, les performances commerciales de la bancassurance. Le développement de programmes de formation ciblés est donc un enjeu crucial.²

3.6. Nécessité d'un cadre réglementaire adapté et évolutif

Le cadre légal régissant la bancassurance a connu des avancées, notamment avec la loi qui autorise les banques à distribuer des produits d'assurance. Cependant, ce cadre doit encore être renforcé et précisé pour mieux protéger les consommateurs, définir clairement les responsabilités des différents acteurs, et encadrer les pratiques commerciales. Un environnement réglementaire stable et clair est indispensable pour rassurer les clients, encourager les investissements et permettre un développement durable de la bancassurance.⁴⁹

Section 3 : les perspectives pour le développement de la bancassurance en Algérie

Les perspectives pour le développement de la bancassurance en Algérie reposent sur l'amélioration continue du cadre réglementaire et l'intégration accrue des compagnies d'assurances dans le système financier national. Par ailleurs, la digitalisation et l'émergence des InsurTech offrent des opportunités majeures pour moderniser l'offre et élargir l'accès aux produits d'assurance via les réseaux bancaires.

1. Réformes réglementaires et juridiques

Les réformes réglementaires et juridiques constituent un levier essentiel pour structurer et dynamiser le secteur de la bancassurance en Algérie. Elles visent à instaurer un cadre clair, sécurisé et adapté aux évolutions du marché, permettant ainsi de renforcer la confiance des acteurs et des consommateurs tout en facilitant l'innovation et la diversification des offres.

¹Idem p14

² Idem p15

1.1.Établissement d'un cadre juridique spécifique :

- Élaboration d'une loi-cadre dédiée à la bancassurance définissant clairement les contours de cette activité.
- Mise en place d'un régime d'agrément simplifié pour les partenariats de bancassurance.
- Harmonisation des exigences réglementaires entre le secteur bancaire et assurantiel.

1.2.Élargissement de la gamme des produits distribuables :

- Révision du décret exécutif n°07-153 pour étendre la liste des produits d'assurance pouvant être commercialisés par les banques.
- Autorisation progressive de la distribution des produits d'assurance-vie complexes et des assurances de personnes.
- Création d'un cadre réglementaire favorable à l'innovation produit.

1.3. Simplification de la supervision

- Mise en place d'un guichet unique de supervision pour les activités de bancassurance.
- Coordination renforcée entre la COSOB et l'Autorité de régulation des assurances.
- Développement d'un système de reporting unifié pour les activités de bancassurance.

2. Innovations organisationnelles et culturelle :

Ensemble des transformations structurelles et culturelles permettant d'optimiser la collaboration entre banques et assureurs, incluant de nouveaux modèles de partenariat, l'intégration des systèmes d'information et le développement des compétences pour créer une synergie efficace entre les deux secteurs.

2.1. Modèles de partenariat évolutifs :

- Développement de partenariats stratégiques de type joint-venture entre banques et
- Assureurs Exploration du modèle de filialisation permettant une meilleure intégration des cultures d'entreprise
- Création de structures dédiées au sein des banques pour la distribution des produits d'assurance

2.2. Intégration des systèmes d'information :

- Développement de plateformes technologiques communes entre banques et assureurs.
- Mise en place d'interfaces de programmation applicative (API) facilitant l'échange de données.
- Création de bases de données clients partagés dans le respect des réglementations sur la protection des données.

2.3 Développement des compétences :

- Mise en place de programmes de formation certifiant pour les conseillers bancaires en matière d'assurance.
- Développement de parcours de carrière croisés entre les secteurs bancaire et assurantiel.
- Création d'une académie de bancassurance sous l'égide des associations professionnelles.

3. L'InsurTech comme catalyseur de la bancassurance

Ensemble des transformations structurelles et culturelles permettant d'optimiser la collaboration entre banques et assureurs, incluant de nouveaux modèles de partenariat, l'intégration des systèmes d'information et le développement des compétences pour créer une synergie efficace entre les deux secteurs.

3.1. Intégration des solutions InsurTech :

- Adoption de plateformes InsurTech pour moderniser la distribution des produits d'assurance dans le réseau bancaire.
- Développement de partenariats stratégiques entre banques, assureurs et startups InsurTech.
- Création d'un hub d'innovation InsurTech en Algérie pour stimuler l'émergence de solutions locales.

3.2. Technologies transformatives :

- Implémentation de l'intelligence artificielle pour l'analyse des risques et la personnalisation des offres.
- Utilisation des objets connectés (IoT) pour développer des produits d'assurance basés sur l'usage réel.
- Exploitation du block Chain pour sécuriser et automatiser les contrats d'assurance via des smart contractées.

3.3. Modernisation de l'expérience client

- Développement d'interfaces omnicanales intégrant les services bancaires et assurantiels.
- Mise en place de systèmes de reconnaissance biométrique pour simplifier l'identification client.
- Création d'applications mobiles permettant la souscription instantanée et la gestion des contrats en temps réel.

4. Transformation digitale

Processus de numérisation complète des opérations de bancassurance, comprenant le développement des canaux digitaux, l'automatisation des processus et l'exploitation des données massives et de l'intelligence artificielle pour optimiser l'offre et les services.

4.1. Développement des canaux digitaux

- Création d'applications mobiles dédiées à la bancassurance permettant la souscription et la gestion des contrats.
- Intégration des produits d'assurance dans les plateformes de banque en ligne existantes.
- Développement de chatbots et d'assistants virtuels pour le conseil en assurance.

4.2. Automatisation des processus

- Digitalisation du parcours client de bout en bout (de la souscription à la gestion des sinistres)
- Mise en place de solutions de signature électronique pour la contractualisation à distance
- Développement de l'analyse automatisée des risques pour une tarification instantanée.

4.3. Exploitation du big data et de l'intelligence artificielle

- Utilisation des données bancaires pour affiner la segmentation client et la tarification des produits d'assurance.
- Développement d'algorithmes prédictifs pour l'identification des besoins assurantiels des clients.
- Création de systèmes de détection des fraudes basés sur l'intelligence artificielle.

5. Amélioration de l'expérience client

Stratégies centrées sur le client visant à simplifier les parcours d'achat et d'utilisation des produits d'assurance via les réseaux bancaires, en personnalisant la relation client et en assurant une gestion efficace et transparente des sinistres.

5.1. Simplification des parcours clients

- Refonte des processus de souscription pour réduire le nombre d'étapes et de documents requis
- Développement d'interfaces utilisateurs intuitives pour la gestion des contrats d'assurance
- Mise en place de formulaires préremplis grâce aux données bancaires disponibles

5.2. Personnalisation de la relation client

- Formation des conseillers bancaires à l'approche consultative en matière d'assurance.
- Développement d'outils d'analyse des besoins assurantiels des clients.
- Mise en place d'un suivi proactif des contrats d'assurance.

5.3. Gestion efficace des sinistres

- Création de procédures simplifiées de déclaration et de gestion des sinistres via le réseau bancaire.
- Développement d'applications permettant le suivi en temps réel du traitement des sinistres
- Formation des chargés de clientèle bancaire aux fondamentaux de la gestion des sinistres

Conclusion

La bancassurance en Algérie est encore très peu développée et n'arrive pas à bien s'installer dans l'économie du pays. Cette situation pose des questions sur les problèmes qui l'empêchent de grandir.

Bien que les règles actuelles ne soient pas idéales pour ce secteur, les lois de 1995 et 2006 ont quand même aidé à améliorer les choses. L'État doit maintenant faire plus d'efforts pour soutenir la bancassurance, car elle peut être très utile pour l'économie.

Cela aiderait beaucoup le secteur des assurances en Algérie, qui a du mal à attirer suffisamment de clients. Les deux principaux problèmes sont : les Algériens n'ont pas assez d'argent, et ils n'ont pas l'habitude de prendre des assurances, surtout l'assurance-vie.

Pour les banques, vendre des assurances leur donnerait plus de produits à proposer, garderait mieux leurs clients, et leur apporterait des revenus stables et réguliers.



**Chapitre III : Stratégie de la BADR en bancassurance :
bilan, défis et perspectives**

Introduction

La Banque de l'Agriculture et de Développement Rural (BADR) n'est pas restée en marge de l'évolution du système bancaire Algérien à l'instar des autres banques, elle a intégré la bancassurance parmi ses activités. La BADR s'est engagée dans un partenariat avec la Société Nationale des Assurances (SAA) et (AMANA), pour commercialiser les produits d'assurance, au bénéfice de sa clientèle et du large public via son réseau d'agences. À cet effet, une convention portant sur les modalités de distribution de ce type de produits a été signée. Dans ce présent chapitre nous allons traiter l'expérience de la bancassurance au sein de la BADR de Tizi-Ouzou agence 580, ainsi que ses apports en termes de commissions reçus de la commercialisation des produits d'assurance de la (SAA) et (AMANA).

Section 1 : Présentation et historique de la BADR Tizi-Ouzou agence N°580

L'étude du concept bancassurance au niveau de la BADR, nécessite avant tout la présentation et l'historique de cette banque (BADR).

1. Présentation de la banque BADR Tizi-Ouzou agence N°580 :

Figure N° 4 : Le logo de BADR banque.



L'agence BADR de Tizi-Ouzou « 580 » a été créée en 1982 après la restructuration de la BNA, elle se situe au centre-ville de Tizi-Ouzou. Cette agence est dotée, d'un système de « banque assise », qui est composé de deux groupes de travail le « front office » et le « back office ».

1.1. Le front office : il offre à la clientèle, un espace convivial et adapté lui, garantissant un service personnalisé à travers la prise en charge, et le traitement de l'ensemble de ses transactions bancaires, par un chargé de clientèle et l'opportunité d'une assistance et d'un conseil de premier ordre, en matière de gestion, des fortunes et des placements bancaires et/ou financiers.

1.2. Le back office : Il regroupe les potentialités techniques et humaines pour traiter en temps réel les ordres et les opérations reçues du front office, il lui apporte l'assistance, les conseils et les informations nécessaires à la bonne exécution des opérations de la clientèle. Il est chargé aussi du traitement des tâches administratives, techniques et des opérations nécessaires des délais ou impliquant le recours à d'autres structures internes ou externes à la banque, il est composé de plusieurs services :(service crédit, service portefeuille, service commerce extérieur, service comptabilité et service virement).

1.3. Les différents services de la BADR :

- Service caisse
- Bancassurance
- Service comptabilité
- Service virement
- Service crédit
- Télé communication
- La monétique

1.4. Organisation générale de la BADR

La BADR comme toute autre banque publique algérienne, est représentée par trois niveaux hiérarchiques La direction générale, les entités régionales et les agences locale, son organisation a évolué depuis sa création suite aux mutations de l'environnement qui exigent plus de compétitivité et de performance. Son schéma organisationnel était souvent réadapté aux nouvelles de management et de gouvernance des banques.

La direction générale, dirigée par le président directeur général, est la plus haute autorité de la banque : constitue la structure centrale d'orientation des affaires, de prise de décisions, d'élaboration du plan stratégique de la banque : ses pouvoirs sont déterminés par les statuts de l'institution et du conseil d'administration.

- La direction générale comprend quatre (4) directions générales adjointes suivantes, toutes dirigées par un directeur général adjoint :
- Directions générale adjointe administration et moyens.
- Directions générale adjointe crédits et recouvrement.
- Direction générale adjointe informatique, générale.
- Direction générale adjointe des opérations internationales.

La macrostructure est complétée par deux structures positionnes en staff :

- Direction générale de l'Inspection.
- Direction générale de l'Audit interne.

2. Evolution de l'activité la BADR :

La banque de l'agriculture et du développement rural (BADR) est une banque publique créées par le décret 82-106 du 13 mars 1982 sous forme juridique de société par actions, son capital social est de 54 000 000 000 DA. Elle a pour missions de développement du secteur agricole et la promotion du milieu rural. La densité de son réseau et l'importance de son effectif font de la BADR la première banque à réseau au niveau national.

En effet, à sa création, la BADR était un établissement à vocation. Puis, suite à la promulgation de la loi n° 90 -10 relative à la monnaie et au crédit, elle a investi les autres créneaux de l'activité bancaire en effectuant les opérations de réception des fonds du public, les opérations d'octroi de crédits, ainsi son statut de banque universelle qui intervient dans le financement de tous les secteurs d'activités.

2.1. Etape d'évolution de la BADR :

La BADR est une banque publique qui a pour mission le développement du secteur agricole et la promotion du monde rural. Constituée initialement de 140 agences cédées par la Banque Nationale d'Algérie (BNA). Son réseau compte actuellement plus de 334 agences et 39 directions régionales et locales. Près de 7800 cadres et employés activent au niveau des structures centrales, régionales et locales.¹

De par la densité de son réseau et l'importance de ses effectifs, la BADR est considérée par le « BANKERS ALMANACH » (Edition 2001) comme la première banque en Algérie. Elle est au rang au plan national et au 668^{ème} au niveau mondial, sur environ 4100 banques classées.

Ainsi donc, les trois étapes caractérisent l'évolution de la BADR :

1982-1990 : au cours de ces huit années, la BADR a eu pour objectif d'asseoir sa présence dans le monde rurale en ouvrant de nombreuses agences dans les zones à vocation agricole.

Elle a acquis une notoriété et une expérience certaine dans le financement de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de l'industrie mécanique agricole. Cette spécialisation s'inscrivait, alors, dans le contexte d'économie planifiée où chaque banque publique avait son champ d'intervention.

1991-1999 : la loi 90/10 ayant mis un terme à la spécialisation des banques, la BADR a élargi son champ d'intervention aux autres secteurs d'activité, et notamment, vers les PME/PMI tout en restant un partenaire privilégié du secteur agricole.

Sur le plan technique, cette étape a été celle de l'introduction des technologies informatiques,

En effet :

- **En 1991** : Il y'a eu mise en place du system « Swift » pour l'exécution des opérations de commerce international.
- **En 1992** : Il y'a eu mise en place du logiciel « SYBU », avec ses différents modules de traitement des opérations bancaires (gestion des prêts, gestions des opérations de caisse, gestion des placements, consultation à distance des comptes clientèle). Aussi, cette période a été caractérisée par l'informatisation de l'ensemble des opérations de commerce extérieur (de nos jours, les ouvertures de crédits documentaires sont traitées en 24 heure maximum).
- **En 1993** : l'informatisation de l'ensemble des opérations bancaires au niveau du réseau ont été achevé.
- **En 1994** : Cette année a été caractérisée par la mise en service de la carte de paiement et de retrait t BADR.
- **En 1996** : Il y'a eu l'introduction du télétraitement (traitement et réalisation d'opérations bancaires à distance et en temps réel).
- **En 1998** : Il y'a eu mise en service de la carte de retrait interbancaire.

2000-2016 : cette étape se caractérisé par l'implication des banques publiques dans la relance des investissements productifs et la mise en adéquation de leurs activités et du niveau de leurs présentations avec les principes de l'économie de marché.

¹ Badr-Bank, site officiel de la banque, www.badr-bank.dz/index.php?id=présentation

En matière d'intervention dans le financement de l'économie, la BADR a considérablement augmenté le volume des crédits consentis aux PME/PMI du secteur privé (toutes branches confondues), tout en accroissant son aide au monde agricole et para agricole. Afin de se mettre au diapason des profondes mutations économiques et sociales et répondre aux attentes de la clientèle, la BADR a mis en place un programme d'actions quinquennal, axé notamment sur la modélisation de la banque, l'amélioration des prestations, ainsi que l'assainissement comptable et financier.

Ce programme a conduit à ce jour aux réalisations suivantes :

En 2000 : cette année a été marquée par l'établissement d'un diagnostic exhaustif des forces et faiblesses de la BADR et élaboration d'un plan de mise à niveau de l'institution par rapport aux normes internationales. Aussi, y'a eu généralisation du système réseau local avec réorganisation du progiciel SYBU en Client-serveur.

En 2001 : cette année a été caractérisée par les assainissements comptables et financiers ; ainsi que, la refonte et le raccourcissement des procédures de traitement, d'acheminement et de sanction des dossiers de crédits (les délais varient aujourd'hui entre 20 et 90 jours selon qu'il s'agisse d'un dossier d'exploitation, d'investissement, ou encore, de son niveau de sanction). Durant cette même période y'a eu également la concrétisation du concept « banque assise » avec « service personnalisable » (agence Amirouche, Cheraga, etc.).

En 2002 : mise en place d'une application relative à la dématérialisation des moyens de paiement et au transport d'images d'appoints.

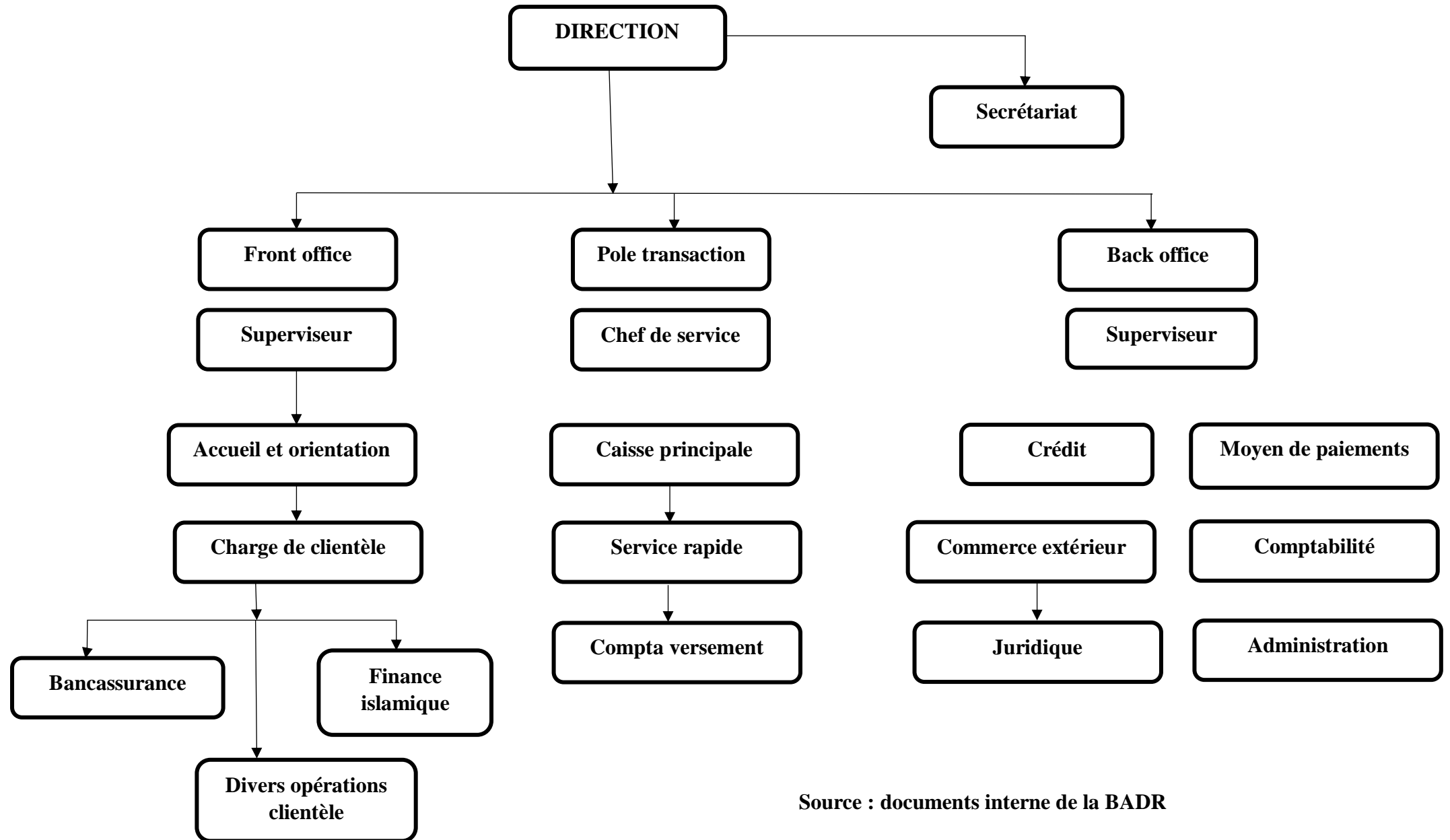
En 2003 : début de généralisation de la norme « banque assise » avec « service personnalisé » aux agences principales du territoire national.

En 2008 : la BADR a intégré le lancement de la bancassurance.

En 2016 : le service du paiement électronique a été officiellement lancé le 04 octobre 2016 à Alger, le client de la BADR peut également commander leurs carte CIB ou demander l'ouverture de L'e_paiement à partir du site dédié à cette prestation, BITAKATI.¹

¹ <https://fr.scribd.com/document/827288876/Historique-Et-Evolution-Badr>. Consulté le 27/04/2025

FigureN°04 : L'organigramme de la BADR



Source : documents interne de la BADR

3. Les mission et objectifs de la BADR

La BADR joue un rôle essentiel dans le développement agricole et rural en Algérie. Pour mieux comprendre son action, il est important d'examiner ses missions principales ainsi que les objectifs qu'elle s'est fixés afin de soutenir efficacement ce secteur stratégique.

3.1. Les missions de la BADR

Les BADR a été créée pour répondre à une nécessité économique, née d'une volonté politique afin de restructurer le système agricole, assurer l'indépendance économique du pays et relever le niveau de vie des populations rurales. ¹**Ses principales missions sont :**

- Le traitement de toutes les opérations de crédit, de change et de trésorerie
- L'ouverture de comptes à toutes personnes faisant la demande
- La réception des dépôts à la collecte de l'épargne
- La contribution au développement du secteur agricole
- L'assurance de la promotion des activités agricoles, agro-alimentaires, agroindustrielles et artisanales
- Le contrôle avec les autorités de tutelle de la conformité des mouvements financiers des entreprises domiciliées.

3.2. Les objectifs de la BADR

- L'augmentation des ressources aux meilleurs couts et rentabilisation de celle-ci par des crédits productifs et diversifiés dans le respect des règles
- La gestion rigoureuse de la trésorerie de la banque tan en dinars qu'en devises
- L'assurance d'un développement harmonieux de la banque dans les d'activités là concernant
- L'extension et le redéploiement de son réseau
- La satisfaction de ses clients en leur offrant des produits et services susceptibles de répondre à leurs besoins
- L'adaptation d'une gestion dynamique en matière de recouvrement
- Le développement commercial par l'introduction de nouvelles techniques managériales telles que le marketing, et l'insertion d'une nouvelle gamme de produit.

¹ <https://fr.scribd.com/document/827288876/Historique-Et-Evolution-Badr>

Section 2 : Présentation des accords de coopération BADR-SAA et BADR-AMANA

À l’instar d’autres établissements bancaires algériens, la BADR a conclu des accords avec la Société Nationale des Assurances SAA et AMANA Assurances pour distribuer leurs produits d’assurance directement via son réseau d’agences.

1. La pratique de la bancassurance au sien de la BADR :

Depuis avril 2008, plusieurs banques algériennes ont commencé à commercialiser des produits d’assurance afin d’augmenter leurs revenus de commissions et de renforcer la fidélité de leur clientèle.

Dans ce cadre, la BADR a étendu cette activité à son réseau, aujourd’hui environ 150 agences assurant la distribution de ces produits.

La BADR a signé des conventions avec la SAA en 2008, puis avec AMANA en 2011, pour assurer la commercialisation de ces produits.

1.1. La convention de distribution des produits d’assurance :

Les sociétés d’assurance agréées peuvent présenter sur la base d’une ou de plusieurs conventions de distribution, des opérations d’assurance par l’intermédiaire des banques.

La société d’assurance doit soumettre à la commission de supervision des assurances, toute convention de distribution conclue entre elle et l’un des organismes financiers.

Convention de distribution-type régissant la relation entre la société d’assurance et la banque ou l’établissement est établie par l’association des assureurs.

Ladite convention doit mentionner selon l’art.5 du décret 07-153 :

- La liste des agences (mandataires) ou tout point de vente de la banque ou de
- L’établissement financier habilités à souscrire et à distribuer les contrats d’assurance :
- La liste des produits d’assurance, objet de la convention
- La commission de distribution et les modalités de rémunération du mandataire
- Les informations à communiquer à la société d’assurance mandante
- Les pouvoirs de souscription
- La juridique compétente statuant en matière de litiges
- Les pouvoirs en matière d’encaissement de primes, de délai de transfert des primes à l’assureur, de gestion et règlement des sinistres.

La BADR, dans une démarche stratégique visant à élargir son offre de services, a établi des partenariats avec la SAA et AMANA. L'objectif est de proposer des produits d'assurance à ses clients et au grand public, en s'appuyant sur son vaste réseau d'agences. Ces collaborations sont formalisées par une convention qui encadre les modalités de distribution de ces produits d'assurance.¹

Les produits concernés se regroupent sous deux catégories qui sont, l'assurance de personnes et l'assurance de dommages.

Les taux de commissionnement varieront selon les produits distribués, généralement entre **5%** et **40%**². Pour assurer une bonne commercialisation de ces produits, les chargés de clientèle de la banque ont suivi un cycle de formation théorique pointu et de qualité, ponctué par un stage pratique au niveau des agences de la SAA et de l'AMANA

Au total, 47 principales agences de la BADR ont intégré la bancassurance parmi leurs activités depuis mai 2008.

Les clients de la BADR ont désormais la possibilité de souscrire, directement aux guichets, à des polices d'assurance couvrant une variété de risques. Cela inclut les risques affectant les personnes, les biens mobiliers et immobiliers, ainsi que ceux liés aux activités agricoles et d'élevage.

1.2. Présentation de la SAA :

La Société Algérienne d'Assurance (SAA) est une entreprise publique économique créée en 1963, c'est l'une des premières sociétés d'assurances instituées en Algérie au lendemain de l'indépendance du pays

Son chiffre d'affaires de l'année **2024** est de **30,075 milliards de DA**³, et le marché national des assurances atteint un chiffre d'affaires total de **181,3 milliards DA en 2024**. Ainsi, la SAA détient une part de marché d'environ **16,6 % en 2024**.⁴

Calculée comme suit :

$$\frac{30,075}{181,3} * 100 \approx 16,6 \%$$

Son ensemble d'agences de distribution est le plus dense, réparti à travers toutes les régions du pays. Il est composé de plus de 540 agences soutenues par 14 directions régionales, tournées essentiellement vers le marché dans l'optique d'une démarche de proximité vis-à-vis des clients. Le nombre total de l'effectif composant la société est de 4457 employés.

La SAA pratique toutes les branches d'assurance tant pour les particuliers que pour les entreprises industrielles et commerciales, il s'agit notamment des risques suivants :

¹ <https://badrbanque.dz/assurances-des-personnes/>.

² <https://cna.dz/bancassurance/>.

³ <https://la.saa.dz/fr/saachiffres>.

⁴ <https://www.aps.dz/economie/184985-assurances-un-chiffre-d-affaires-de-181-3-milliards-da-en-2024-4-4>.

➤ **Assurance-crédit**

« L'assurance-crédit est un contrat par lequel l'assureur garantit à l'entreprise le remboursement des créances commerciales impayées, protégeant ainsi contre le risque d'insolvabilité des clients. »¹

➤ **Assurances des pertes d'exploitation**

« Cette assurance couvre la perte de bénéfices et les charges fixes supportées par l'entreprise lorsque son activité est interrompue ou réduite à la suite d'un sinistre garanti. »¹

➤ **Assurances des responsabilités civiles**

« L'assurance responsabilité civile garantit la couverture des dommages corporels, matériels ou immatériels causés à des tiers par l'assuré, conformément aux obligations légales ou contractuelles. »¹

➤ **Assurance automobile**

« L'assurance automobile couvre la responsabilité civile obligatoire du conducteur ainsi que, selon les garanties souscrites, les dommages subis par le véhicule ou le conducteur. »¹

➤ **Assurance transport**

« L'assurance transport protège les marchandises contre les risques de perte, vol ou avarie survenant pendant leur transport par voie terrestre, maritime ou aérienne. »¹

➤ **Assurances agricoles**

« Ces assurances protègent les exploitations agricoles contre les risques liés aux aléas climatiques, aux maladies du bétail, aux pertes de récoltes ou aux dommages aux équipements agricoles. »¹

➤ **Assurances de personnes**

« L'assurance de personnes garantit la protection des individus contre les risques liés à la santé, aux accidents, à l'invalidité, au décès ou à la retraite. »¹

Ce dernier, est un domaine dans lequel la SAA s'est investi fortement avec sa filiale AMANA (Société d'Assurance de prévoyance et santé.), créée en partenariat avec le groupe MACIF qui figure parmi les principales sociétés d'assurance en France, et les banque nationales BADR et BNA

¹ <https://cna.dz/>

1.2.1. Les Activités de la SAA

La société nationale d'assurance SAA, entreprise économique et financière et habilitée à pratiquer toutes les opérations d'assurance de personnes, elle étudie et propose dans ce cadre toutes les mesures qui ont tendance à la prévention contre les dommages relevant de sa compétence elle se charge également du service client de la gestion des sinistres. L'entreprise dispose d'ORASS comme logiciel métiers (il a été acheté en 2005 et concerne directement l'activité de la SAA) qui est en charge de toutes ses opérations.

1.2.2. Les produits de la SAA

Conformément à l'arrêté du 29 Mai 2005 modifiant l'arrêté du 6 Avril 1998 portant agrément de la Société Nationale d'Assurance, les produits commercialisés par la SAA sont :

- Assurance incendie et risques annexes
- Pertes d'exploitation après incendie et bris de machines
- Assurances des risques de la construction (RC Décennale, RC construction, Tous Risques Chantier et Montage)
- Assurance engineering (Bris de machines, Engins de Chantier, Tous Risques Matériel Informatique et Electronique, Pertes de produits en frigo...).
- Assurance transport (Aérien, Maritime, Terrestre-faculté et corps-)
- Assurance des Risques Agricoles (Toutes spéculations, Multirisques Avicole, Bétail, Grêle, Incendie, Plasticulture, matériel Agricole, Multirisques Exploitants...)
- Assurances des risques des particuliers (Professions libérales, collectivités, Vol, Bris de Glaces, Dégâts des eaux...)
- Assurance des responsabilités (responsabilité civile Chef d'entreprise).
- Assurance automobile
- La bancassurance

➤ Les options de choix d'un produit d'assurance

Il est indiqué que, lorsqu'un produit d'assurance spécifique est sélectionné, le système informatique offre trois options principales. Le choix d'un produit débouche alors sur trois options :

- 1) Production (émission d'un nouveau contrat) :** Cela signifie créer et enregistrer un nouveau contrat d'assurance pour un client. C'est le début de la relation entre l'assureur et l'assuré, avec toutes les informations nécessaires saisies et le contrat officiel établi.
- 2) Sinistres (déclaration d'incident à rembourser) :** C'est la phase où l'assuré signale un problème, un dommage ou un accident couvert par son contrat. L'assureur va alors examiner cette déclaration pour décider d'un éventuel remboursement ou indemnisation.

- 3) **Éditions** : Cela correspond à la production et à l'impression des documents liés au contrat, comme les attestations, les conditions générales, ou les relevés. Ces documents sont importants pour formaliser la relation et informer l'assuré.

1.3. Présentation d'AMANA assurance et ses activités avec la BADR :

La Société d'Assurance, de Prévoyance et de Santé (SAPS) intitulée AMANA. Est le fruit d'un partenariat Algéro-français entre la partie française MACIF et la partie algérienne le leader des assurances en Algérie SAA, Et les deux grandes banques algérienne BADR et BDL.

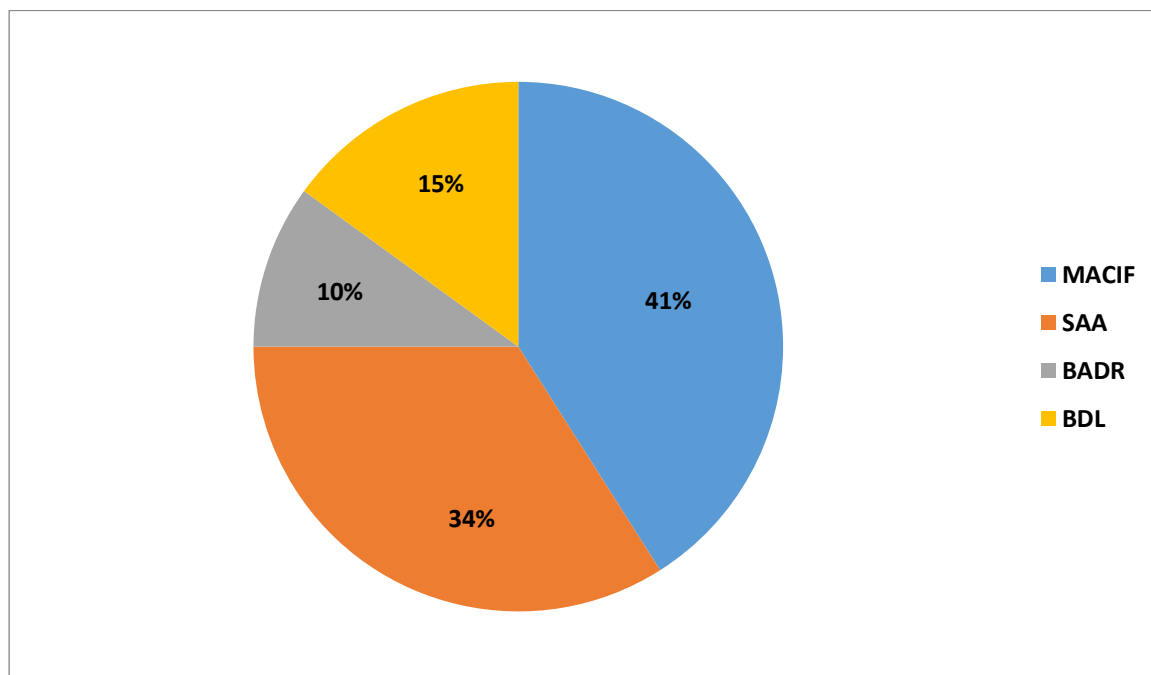
Sa création s'inscrit dans le cadre de la loi 06-04 qui prévoyait, à partir de 2011, la séparation de l'assurance des personnes, des assurances dommages.

C'est dans ce contexte que la SAA s'est associée avec la MACIF, BADR et BDL pour créer le 25/07/2010 la société AMANA qui dépasse actuellement les 130 salariés.

Société par actions au capital social de 1 milliard de DZD dont les actionnaires sont constitués d'opérateurs du secteur de l'assurance et de la banque comme suit64 :

- ✚ MACIF 41% Mutuelle Assurance des Commerçants et Industriels de France.
- ✚ SAA 34% Société National d'Assurance.
- ✚ BDL 15% Banque de Développement Local.
- ✚ BADR 10% Banque de l'Agriculture et du Développement Rural.

Figure N°06 : les actionnaires de l'assurance AMANA



Source : CNA

Chapitre III Stratégie de la BADR en bancassurance : bilan, défis et perspectives

La société a obtenu son agrément le 10 Mars 2011 et a démarré son activité au premier juillet 2011, par le biais d'une convention de distribution signée avec la SAA.

Le réseau a été élargi depuis, par la signature de plusieurs conventions avec d'autres partenaires en l'occurrence :

- La BDL (Banque de Développement Local).
- La BADR (Banque de l'Agriculture et du Développement Rural).
- La GAM (assurances Générale Assurance Méditerranéenne).
- Alliance Assurances.
- TRUST assurance.

1.3.1. Les activités d'AMANA assurance

La segmentation des produits AMANA se présente comme suit :

Tableau N°03 : Produits d'AMANA ASSURANCE

Branches	Produits
Assistance	Assistance voyage partout dans le monde Assistance adossée aux cartes VISA
Accidents et maladie	Accidents corporels de la vie la personne transportée en Automobile Prévoyance de la vie (accident/ voyage)
Prévoyance et protection familiale	Assurance des crédits bancaires Prévoyance individuelle Assurance scolaire pour les enfants
Prévoyance collective	Protection des salariés en sante et accidents

Source : AMANA ASSURANCE

1.3.2. Réseau d'AMANA ASSURANCE

Le réseau de distribution des produits d'assurance AMANA est constitué de différents points de ventes : directs, ceux de nos actionnaires et ceux de nos partenaires. Il dépasse les 600 points de vente répartis comme suit :

Tableau N°04 : Réseau de distribution AMANA ASSURANCE

NOM DU RESEAU	POINTS DE VENTE
Réseau direct AMANA	Bureaux régionaux : <ul style="list-style-type: none"> - Agence DIDOUCHE Alger - Agence Tizi-Ouzou - Agence Oran - Agence Tlemcen - Agence Sétif
Réseaux SAA	Plus de 294 agences
Réseaux GAM	76 Agence
Réseaux Alliance	89 agences
Réseaux BADR	100 agences
Réseaux BDL	154 Agences
Réseaux TRUST	124 agences
Agence Général Agréé	72 agences

Source : AMANA ASSURANCE 2018

1.3.3. Les concurrents d'AMANA assurance

AMANA ASSURANCE fait partie des huit (08) compagnies d'assurance de personnes présentes sur le marché algérien. Parmi les concurrents d'AMANA ASSURANCE, on trouve les autres compagnies qui sont :

➤ TALA ASSURANCE

TALA Assurance, également connue sous le nom de TAAMINE LIFE ALGERIE (TALA), est une société nationale spécialisée dans les assurances de personnes en Algérie. Il s'agit d'une société par actions (SPA) dont les principaux actionnaires sont la Compagnie Algérienne des Assurances (CAAT) avec 55 %, le Fonds National d'Investissement (FNI) avec 30 % et la Banque Extérieure d'Algérie (BEA) avec 15 %. Le capital social de TALA s'élève à 1,6 milliard de dinars algériens¹.

Depuis sa création en 2010, TALA Assurance a renforcé sa position de leader sur le marché algérien des assurances de personnes. Elle dispose d'un réseau de 14 agences directes réparties dans huit wilayas : Alger, Blida, Tizi-Ouzou, Bejaïa, Oran, Skikda, Annaba et Ouargla², ce qui lui permet d'assurer une large couverture territoriale et une proximité avec ses clients. La compagnie propose une gamme complète de produits d'assurance de personnes, incluant l'assurance voyage, l'assurance temporaire-décès, l'assurance groupe, l'assurance individuelle-accident et la retraite complémentaire.

¹ <https://www.tala.dz/>.

² CNA, Article « Agrément de 3 sociétés spécialisées dans les assurances de personnes », par Assural, 2011.

➤ CAARAMA ASSURANCE

CAARAMA ASSURANCE est une compagnie d'assurance nationale spécialisée dans les assurances de personnes. Cette société est une filiale à 100 % de la CAAR (Compagnie Algérienne des Assurances). Elle dispose d'un capital social de 1 milliard de dinars. CAARAMA Assurance a été créée conformément à la loi 06-04 du 20 février 2006, qui a établi la séparation des activités d'assurances de personnes et d'assurances dommages.

Pour étendre son réseau, CAARAMA Assurance compte sur un réseau diversifié comprenant sept (07) Centres Régionaux et 184 agences, tant directes qu'indirectes. Cela inclut une agence directe nommée "CAARAMA" et un réseau étendu de partenaires, tels que la CAAR avec ses 87 agences directes et trois agents généraux d'assurances, ainsi que la CPA avec ses 72 guichets bancaires et la Bank ABC avec 21 guichets bancaires.¹

➤ MACIR Vie

MACIR Vie, fondée en tant que première compagnie privée spécialisée dans les assurances de personnes en Algérie, est née de la scission entre les assurances de personnes et les assurances dommages. Elle est une filiale de la Compagnie internationale d'assurance et de réassurance (CIAR), ayant obtenu l'agrément du ministère des Finances par l'arrêté n° 67 du 11 août 2011 pour la distribution des produits d'assurance de personnes conformément à la réglementation en vigueur.

Le réseau de distribution de MACIR Vie est étendu à travers tout le territoire national, y compris le sud, avec environ 210 agences qui appartiennent à la compagnie elle-même ainsi qu'à son partenaire initial, la CIAR².

➤ AXA VIE

AXA VIE ALGERIE est une société par actions, filiale du groupe international français AXA, spécialisée dans le domaine de l'assurance. Depuis sa création, AXA est la première marque mondiale d'assurance pour la neuvième année consécutive en 2017.

Les partenaires d'AXA en Algérie comprennent la Banque Extérieure d'Algérie (BEA), la plus grande banque en Algérie fondée en 1967 et l'une des principales banques en Afrique. La BEA joue un rôle majeur dans le développement et le financement de l'économie algérienne

Le deuxième partenaire d'AXA en Algérie est le Fonds National d'Investissement (FNI), une institution financière de l'État algérien chargée du financement de projets économiques visant le développement de l'économie nationale en collaboration avec des opérateurs locaux et des investisseurs étrangers.

Le capital social d'AXA VIE ALGERIE a augmenté de 1 milliard de dinars à 2,5 milliards de dinars. AXA VIE ALGERIE dispose d'un réseau de 75 agences réparties sur l'ensemble du territoire national, formant un réseau exclusif à la compagnie.¹

¹ CNA Revue N°1, « Abdelhakim Benbouabdellah » Semestre 2012, P5 <https://www.cna.dz/> consulter le 28/04/2025 à 22 :59 h.

² CNA Revue N°1, « Abdelhakim Benbouabdellah ». Op.cit. p 51

➤ AGLIC

AGLIC (Algérien Gulf Life Insurance Company) est née grâce à un partenariat entre la CASH (Compagnie Algérienne des Assurances Sociales) et la Banque Nationale d'Algérie (BNA), ainsi que la Compagnie Koweïtienne d'Assurance Gulf Insurance Company.

Cette société est spécialisée dans l'assurance de personnes et est autorisée à exercer des activités d'assurance couvrant les accidents, la maladie, l'assistance aux personnes en difficulté (notamment lors de déplacements), la vie-décès, la nuptialité-natalité, les assurances liées aux fonds d'investissement, la capitalisation, la gestion de fonds collectifs, la prévoyance collective et la réassurance.

AGLIC, également connue sous le nom d'Algérienne Vie, est une société par actions (SPA) dont les actionnaires sont la CASH, la Banque Nationale d'Algérie (BNA) et le Gulf Insurance Group (GIG).

Le réseau de distribution d'Algérienne Vie bénéficie de la participation de plusieurs actionnaires et partenaires du secteur financier. La BNA est à la fois actionnaire et partenaire, distribuant les produits d'Algérienne Vie dans le cadre de la banque-assurance. La CASH est également actionnaire et partenaire, distribuant les produits d'assurance de personnes d'Algérienne Vie dans le but d'enrichir sa gamme de produits dommage. SALAMA ASSURANCES et sont également des partenaires d'Algérienne Vie et commercialisent tous les produits d'assurance de cette dernière à travers tout le territoire national.

➤ CARDIF

CARDIF EL DJAZAIR est une compagnie d'assurance de renommée mondiale présente dans 42 pays. Adapte ses offres pour répondre aux besoins des clients locaux, en tenant compte de l'environnement économique et culturel de chaque marché, que ce soit en Europe, en Afrique, en Asie ou en Amérique latine.

Dans le but d'étendre son réseau de distribution, CARDIF EL DJAZAIR a signé un accord de partenariat de bancassurance qui aboutira ultimement à la création d'une filiale commune avec la partie cosignataire. Cet accord se concentre principalement sur la distribution, à travers le vaste réseau de la CNEP Banque, de tous les produits d'assurance vie, d'épargne et de protection spécialisés par la filiale de CARDIF sur le marché algérien.²

Section 3 : La pratique de la bancassurance au sein de la BADR de Tizi-Ouzou

La rémunération de la BADR de Tizi-Ouzou se fait par le transfert de commissions par la SAA et AMANA sur les produits commercialisés à travers les guichets de cette banque.

¹ <https://www.cna.dz>

² <https://cardifeldjazair.dz/qui-sommes-nous/>.

1. Analyse des résultats chiffres obtenue au sein de la BADR :

L'analyse des performances de la bancassurance au sein de la BADR nécessite un examen détaillé des données chiffres collectées sur plusieurs exercices consécutifs. Cette approche quantitative nous permettra de mesurer l'évolution concrète de cette activité stratégique entre 2019 et 2023

1.1. La part des commissions transférées par les associés de la BADR de Tizi-Ouzou

(SAA / AMANA) durant la période (2019-2023) :

Après avoir déterminé la part de la bancassurance dans l'activité de la BADR de Tizi-Ouzou on va procéder aux calculs des commissions reçues de chacun de ces associés à savoir la SAA et la AMANA durant la période (2019-2023).

1.1.1. Le calcul des commissions transférées par la SAA durant la période (2019-2023) :

La BADR de Tizi-Ouzou reçoit des commissions qui représentent la contrepartie de la vente des produits d'assurance de la SAA par ses guichets sachant que :

Les commissions = La prime net × Le taux de commission.

Les tableaux suivants représentent les factures de commissions que la BADR de Tizi-Ouzou a reçues (en dinars Algérien) de son partenaire SAA, en concluant des contrats d'assurances agricoles, qui comportent :

- ✓ Grêle incendie des Récoltes
- ✓ Multirisque Avicole
- ✓ Multirisque Bétail
- ✓ Multirisque Apicole
- ✓ Multirisque Aquacole
- ✓ Mortalité Aquacole
- ✓ Multirisque Entreprise Agricole
- ✓ Assurance Engins Agricoles

Tableau N°05 : Le calcul des commissions transférées par la SAA en 2019

Branche d'assurance	Nombre contrat	Montant prime nette	Taux de commission	Montant de commission
Grêle incendie des Récoltes	17	546093,64	10%	54609,364
Multirisque Avicole	1	259558,81	10%	25955,881
Multirisque Bétail	15	3509842,80	10%	350984,280
Assurance Engins Agricoles	28	2655181,05	10%	265518,105
Total assurance agricole (HT)	61	6970676,30		697067,63
TVA (HT*9%)			9%	62736,0867
TTC (HT +TVA)				759803,7167

Source : Nos recoupements personnels d'après l'annexe n° 01 et n° 03

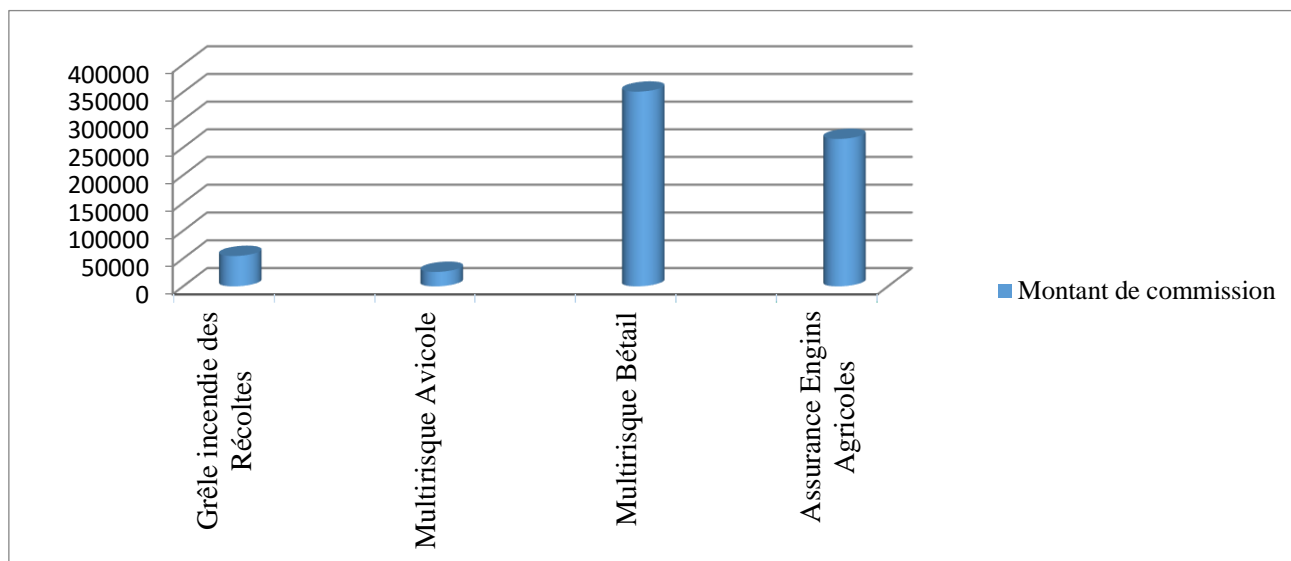
Le tableau présente le calcul des commissions transférées par la SAA à la BADR en 2019, réparties selon différentes branches d'assurance agricole. On observe que la branche Multirisque Bétail représente la part la plus importante en termes de montant de prime nette 3 509 842,80 DA et de commission (350 984,28 DA), suivie par l'Assurance Engins Agricoles avec 2 655 181,05 DA de primes et 265 518,10 DA de commission. Les autres branches, telles que la grêle incendie des récoltes et le multirisque avicole, contribuent de manière plus modeste.

Le total des primes nettes s'élève à environ 6,97 millions de DA, générant une commission brute de 697 067,63 DA. En appliquant la TVA au taux de 9 %, la commission totale TTC atteint **759 803,72 DA**. Cette somme représente les revenus perçus par la BADR au titre des commissions d'assurance pour l'année **2019**.

Pertinence de l'analyse de ces données

- Transparence et traçabilité des commissions.
- Identification des branches d'assurance rentables.
- Évaluation de la performance économique.
- Base pour la prise de décision stratégique.

Figure N°07 : la classification des produits d'assurance de la SAA par branche en 2019



Source : Nos recoupements personnels

L'analyse de 2019 établit le référentiel initial avec des commissions de 759 863,72 DA distribuées sur 61 contrats. La structure du portefeuille présente alors une configuration différenciée où l'Assurance Engins Agricoles occupe la position prépondérante avec 265 318,11 DA (28 contrats), tandis que la Multirisque Bétail représente 350 842,80 DA (15 contrats). Cette répartition initiale témoigne d'une approche équilibrée avant la spécialisation progressive observée dans les exercices ultérieurs.

Tableau N°06 : Le calcul des commissions transférées par la SAA en 2020

Branche d'assurance	Nombre contrat	Montant prime nette	Taux de commission	Montant de commission
Grêle incendie des Récoltes	6	396383,40	10%	39638,340
Multirisque Avicole	3	1177438,76	10%	117743,876
Multirisque Bétail	34	7370068,55	10%	737006,855
Multirisque Apicole	3	112088,82	10%	11208,882
Multirisque Entreprise Agricole	5	130115,23	10%	13011,523
Assurance Engins Agricoles	9	1012915,28	10%	101291,528
Total assurance agricole (HT)	60	10199010,04		1019901,004
TVA (HT*9%)			9%	91791,09036
TTC (HT +TVA)				1111692,0944

Source : Nos recoupements personnels d'après l'annexe n° 01 et n° 04

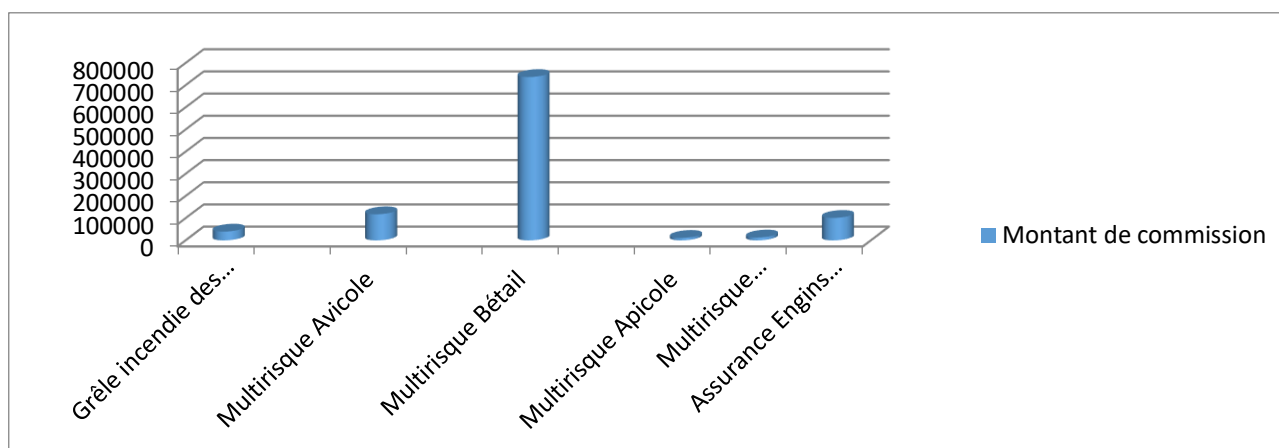
Le tableau présente le calcul des commissions transférées par la SAA en 2020, réparties selon six branches d'assurance agricole. La branche « Multirisque Bétail » domine largement avec 737 068,55 DA de primes nettes et 737 006,86 DA de commission, représentant 72% du portefeuille total. La « Multirisque Avicole » occupe la deuxième position avec 1 177 438,76 DA de primes et 117 743,88 DA de commission. Les autres branches (Grêle incendie des Récoltes, Multirisque Apicole, Multirisque Entreprise Agricole et Assurance Engins Agricoles) affichent des volumes plus modestes mais contribuent néanmoins à la diversification du portefeuille.

Le total des primes nettes atteint 10 199 010,04 DA pour 60 contrats, générant une commission brute de 1 019 901,004 DA au taux uniforme de 10%. Après application de la TVA à 9%, la commission totale TTC s'élève à **1 111 692,09 DA**. Cette évolution par rapport aux années précédentes « 2019 » témoigne d'une croissance significative du portefeuille agricole et des revenus commissionnels associés.

Pertinence de l'analyse de ces données

- Suivi de l'évolution du portefeuille d'assurance agricole
- Identification de la concentration des risques sur le secteur bétail
- Mesure de la performance commerciale par branche
- Optimisation de la stratégie de développement des produits agricoles

Figure N°08 : la classification des produits d'assurance de la SAA par branche en 2020



Source : Nos recoupements personnels

L'année 2020 enregistre des commissions de 1 111 692,09 DA pour 60 contrats, marquant une progression substantielle de 46,3% par rapport à l'exercice précédent. Cette croissance s'accompagne d'une transformation structurelle notable, la Multirisque Bétail émergeant comme segment dominant avec 737 008,86 DA (34 contrats), représentant 66,3% du portefeuille. Cette évolution préfigure la spécialisation progressive dans l'assurance du cheptel qui caractérisera les années suivantes.

Tableau N°07 : Le calcul des commissions transférées par la SAA en 2021

Branche d'assurance	Nombre contrat	Montant prime nette	Taux de commission	Montant de commission
Grêle incendie des Récoltes	16	549132,90	10%	54913,290
Multirisque Avicole	2	455154,57	10%	45515,457
Multirisque Bétail	30	4516418,47	10%	451641,847
Multirisque Apicole	1	47804,37	10%	4780,437
Multirisque Entreprise Agricole	1	3221,36	10%	322,136
Assurance Engins Agricoles	24	2447145,09	10%	244714,509
Total assurance agricole (HT)	74	8018876,76		801887,676
TVA (HT*9%)			9%	72169,89084
TTC (HT +TVA)				874057,56684

Source : Nos recoupements personnels d'après l'annexe n° 01 et n° 05

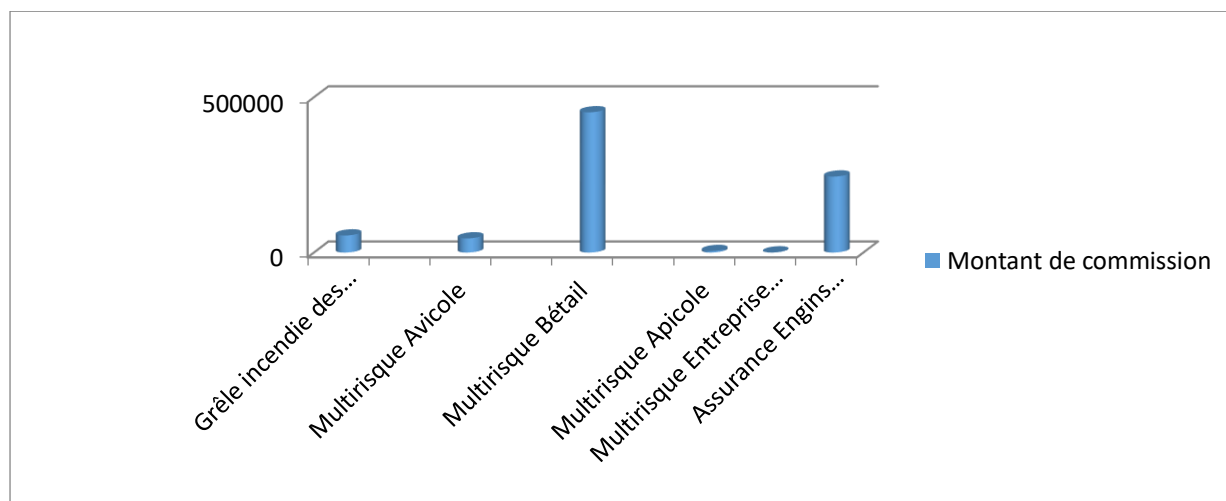
Le tableau présente le calcul des commissions transférées par la Société Algérienne d'Assurance (SAA) en 2021, réparties sur six branches d'assurance agricole. La branche Multirisque Bétail maintient sa position dominante avec 4 516 418,47 DA de primes nettes et 451 641,85 DA de commission, représentant 56% du portefeuille total. L'Assurance Engins Agricoles progresse significativement pour devenir la deuxième branche avec 2 447 145,09 DA de primes et 244 714,51 DA de commission. La « Grêle incendie des Récoltes » connaît une expansion notable avec 16 contrats contre 6 en 2020, générant 549 132,90 DA de primes.

Le portefeuille total compte 74 contrats (contre 60 en 2020), soit une croissance de 23%, pour un montant de primes nettes de 8 018 876,76 DA. Cependant, ce montant est inférieur à celui de 2020 (10 199 010,04 DA), révélant une baisse de 21% du chiffre d'affaires malgré l'augmentation du nombre de contrats. La commission brute s'établit à 801 887,68 DA au taux uniforme de 10%, atteignant 874 057,57 DA TTC après application de la TVA à 9%.

Pertinence de l'analyse de ces données

- Suivi de l'évolution contrastée entre volume contractuel et chiffre d'affaires
- Identification du repositionnement des branches d'assurance agricole
- Analyse de la rentabilité face à la diversification du portefeuille
- Évaluation de l'impact de la stratégie commerciale sur les performances

Figure N°09 : la classification des produits d'assurance de la SAA par branche en 2021



Source : Nos recoupements personnels

L'exercice 2021 présente un volume de commissions de 874 057,57 DA réparti sur 74 contrats, caractérisant une période de consolidation consécutive à l'expansion de 2020. L'architecture du portefeuille révèle une répartition relativement équilibrée entre trois segments principaux : la Grêle incendie des Récoltes (549 132,90 DA - 16 contrats), la Multirisque Bétail (451 641,85 DA - 30 contrats) et l'Assurance Engins Agricoles (247 714,31 DA - 24 contrats). Cette distribution tripartite illustre une politique de diversification des risques, bien que le volume global demeure en deçà des performances ultérieures.

Tableau N°08 : Le calcul des commissions transférées par la SAA en 2022

Branche d'assurance	Nombre contrat	Montant prime nette	Taux de commission	Montant de commission
Grêle incendie des Récoltes	14	607730,11	10%	60773,011
Multirisque Avicole	2	179464,77	10%	17946,477
Multirisque Bétail	61	12060019,98	10%	1206001,998
Multirisque Apicole	3	232790,84	10%	23279,084
Multirisque Entreprise Agricole	5	129342,39	10%	12934,239
Assurance Engins Agricoles	15	1669958,46	10%	166995,846
Total assurance agricole (HT)	100	14879306,55		1487930,655
TVA (HT*9%)			9%	133913,75895
TTC (HT +TVA)				1621844,414

Source : Nos recoupements personnels d'après l'annexe n° 01 et n° 06

Chapitre III Stratégie de la BADR en bancassurance : bilan, défis et perspectives

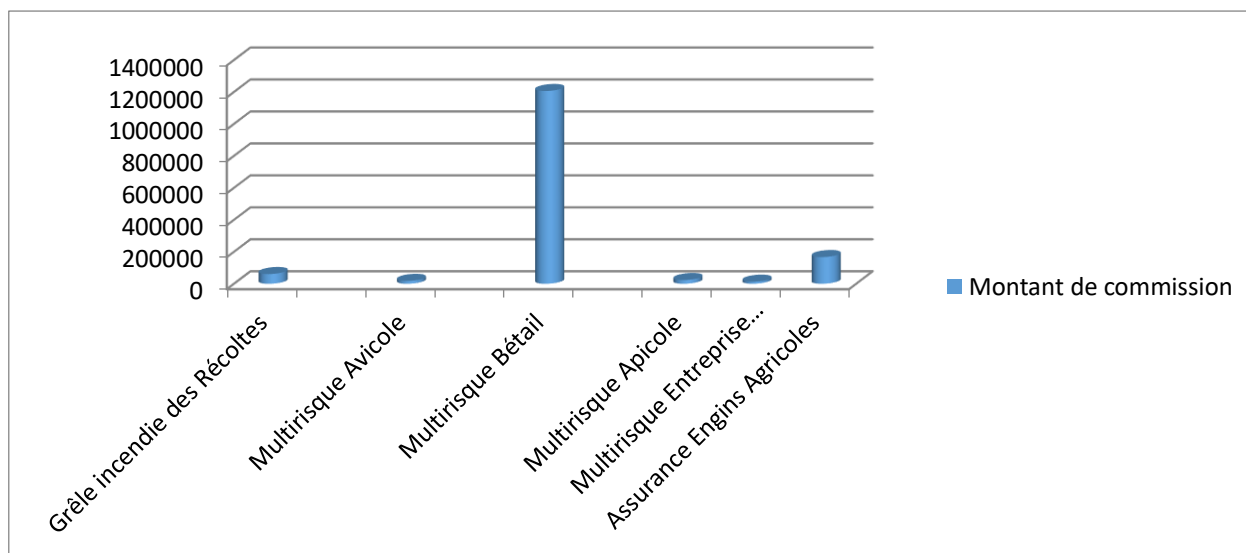
Le tableau présente le calcul des commissions transférées par la SAA en 2022, marquant une reprise significative après la baisse de 2021. La branche « Multirisque Bétail » retrouve sa position ultra-dominante avec 12 060 019,98 DA de primes nettes et 1 206 001,998 DA de commission, représentant désormais 81% du portefeuille total contre 56% en 2021. Cette branche explose littéralement avec 61 contrats contre 30 l'année précédente. L'« Assurance Engins Agricoles » recule à la deuxième position avec 1 669 958,46 DA de primes, tandis que la « Grêle incendie des Récoltes » maintient sa progression avec 607 730,11 DA de primes pour 14 contrats.

Le portefeuille atteint un record de 100 contrats, soit une croissance de 35% par rapport à 2021, avec un montant total de primes nettes de 14 879 306,55 DA, représentant une hausse spectaculaire de 86% par rapport à 2021 et de 46% par rapport à 2020. La commission brute s'élève à 1 487 930,66 DA au taux constant de 10%, atteignant **1 621 844,41 DA TTC** après TVA, soit le double de 2021.

Pertinence de l'analyse de ces données

- Confirmation de la forte reprise d'activité après le creux de 2021
- Identification de l'hyper-concentration sur la Multirisque Bétail (81% du CA)
- Mesure de l'efficacité de la stratégie de développement commercial
- Évaluation des risques liés à la dépendance sectorielle croissante

Figure N°10 : la classification des produits d'assurance de la SAA par branche en 2022



Source : Nos recoupements personnels

Les résultats de 2022 font état de commissions totales de 1 621 844,41 DA pour 100 contrats, confirmant une trajectoire de croissance soutenue. L'analyse structurelle révèle une concentration accrue sur la Multirisque Bétail qui représente 1 206 001,99 DA (61 contrats), soit 74,4% du volume total des commissions. Cette prédominance traduit une spécialisation marquée dans le segment de l'assurance du cheptel. Par ailleurs, l'Assurance Engins Agricoles maintient sa position secondaire avec 166 958,84 DA, illustrant la complémentarité stratégique de l'offre destinée à la clientèle agricole.

Tableau N°09 : Le calcul des commissions transférées par la SAA en 2023

Branche d'assurance	Nombre contrat	Montant prime nette	Taux de commission	Montant de commission
Grêle incendie des Récoltes	4	434523,50	10%	43452,350
Multirisque Avicole	3	863927,06	10%	86392,706
Multirisque Bétail	43	7716769,30	10%	771676,930
Multirisque Apicole	5	442954,03	10%	44295,403
Multirisque Aquacole	1	733989,81	10%	73398,981
Mortalité Aquacole	1	14496650,00	6%	869799
Multirisque Entreprise Agricole	7	314270,19	10%	31427,019
Assurance Engins Agricoles	5	823490,79	10%	82349,079
Total assurance agricole (HT)	100	25826574,68		2002791,468
TVA (HT*9%)			9%	180251,23212
TTC (HT +TVA)				2183042,7001

Source : Nos recoupements personnels d'après l'annexe n° 01 et n° 07.

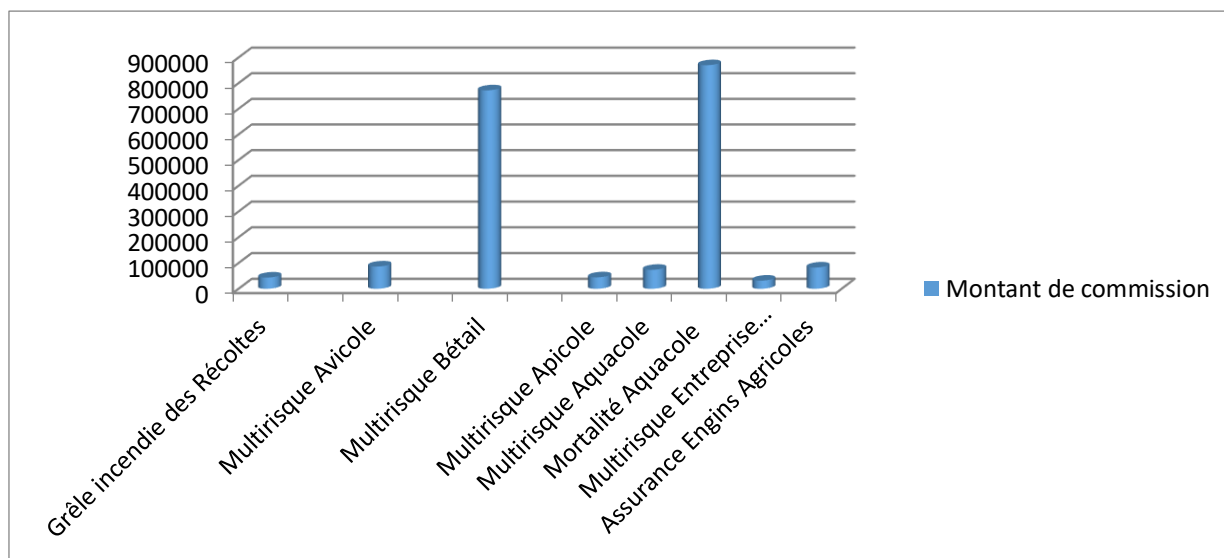
Le tableau présente le calcul des commissions transférées par la SAA en 2023, révélant une transformation majeure du portefeuille avec l'introduction de nouvelles branches aquacoles. La « Mortalité Aquacole » devient le segment le plus important avec 14 496 650,00 DA de primes nettes (56% du total) et 869 799 DA de commission à un taux préférentiel de 6%. La « Multirisque Bétail », historiquement dominante, recule à la deuxième position avec 7 716 769,30 DA de primes (30% du total) et 771 676,93 DA de commission, malgré une réduction du nombre de contrats de 61 à 43. La « Multirisque Avicole » et la nouvelle « Multirisque Aquacole » complètent le podium avec respectivement 863 927,06 DA et 733 989,81 DA de primes.

Le portefeuille maintient ses 100 contrats mais affiche une croissance exceptionnelle du chiffre d'affaires avec 25 826 574,68 DA de primes nettes, soit une hausse de 74% par rapport à 2022. Cette performance est principalement portée par l'entrée massive dans l'assurance aquacole. La commission brute atteint 2 002 791,47 DA avec des taux différenciés (6% pour la mortalité aquacole, 10% pour les autres branches), générant **2 183 042,70 DA TTC** après TVA.

Pertinence de l'analyse de ces données

- Identification de la diversification stratégique vers l'aquaculture
- Mesure de l'impact des nouveaux produits sur la croissance globale
- Analyse de la politique tarifaire différenciée par branche
- Évaluation du rééquilibrage du portefeuille face aux risques sectoriels

Figure N°11 : la classification des produits d'assurance de la SAA par branche en 2023



Source : Nos recoupements personnels

L'analyse des données de 2023 révèle un volume de commissions de 2 183 042,70 DA réparti sur 100 contrats, attestant d'une performance optimale du partenariat BADR-SAA. Il convient de souligner que la Multirisque Bétail constitue le segment dominant avec 771 676,93 DA (43 contrats), soit 35,3% du portefeuille global. Cette année se distingue par une diversification substantielle comprenant 9 produits d'assurance distincts, reflétant une stratégie de répartition des risques efficace. L'émergence de produits spécialisés tels que la Multirisque Aquacole et la Mortalité Aquacole témoigne de l'évolution adaptative de l'offre assurantielle face aux mutations du secteur agricole.

1.1.2. Le calcul des commissions transférées par AMANA durant la période (2019/2023) :

La BADR de Tizi-Ouzou reçoit aussi des commissions sur chaque contrat d'assurance d'AMANA souscrit au niveau de son guichet.

- ✓ Assurance voyage et assistance à l'étranger
- ✓ Assurance emprunteur (ARC)
- ✓ Assurance scolaire
- ✓ Prévoyance et santé individuelle

Tableau n°10 : Le calcul des commissions transférées par AMANA en 2019

Branche d'assurance	Nombre de contrat	Montant prime nette	Taux de commission	Montant de commission
Assurance emprunteur (ARC)	2	136477,03	10%	13647,703
Assurance voyage et assistance à l'étranger	272	865928,15	6,5%	56285,32975
Total (HT)	274	1002405,18	/	192733,03275
TVA (9%)				17345,9729
Total (TTC)				210079,005

Source : Nos recoupements personnels d'après l'annexe n° 02 et n° 08

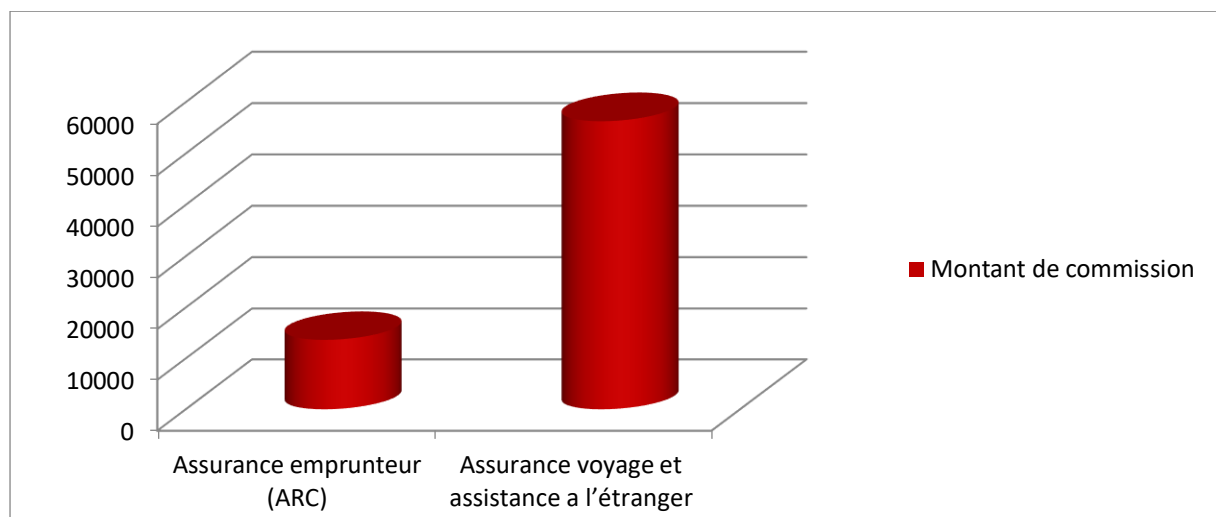
Le tableau présente le calcul des commissions transférées par AMANA en 2019, révélant un portefeuille spécialisé dans deux branches distinctes : l'assurance emprunteur et l'assurance voyage. L'Assurance voyage et assistance à l'étranger domine largement avec 272 contrats représentant 99% du volume contractuel et 865 928,15 DA de primes nettes (86% du chiffre d'affaires total). Cette branche génère 56 285,33 DA de commission à un taux de 6,5%. L'Assurance emprunteur occupe une position marginale avec seulement 2 contrats pour 136 477,03 DA de primes, mais bénéficie d'un taux de commission plus favorable à 10%, générant 13 647,70 DA de commission.

Le portefeuille total comprend 274 contrats pour un montant de primes nettes de 1 002 405,18 DA, générant une commission brute de 192 733,03 DA. La politique tarifaire différenciée reflète la nature distincte des risques couverts. Après application de la TVA à 9%, la commission totale TTC s'élève à **210 079,01 DA**. Cette structure révèle une spécialisation marquée d'AMANA sur le segment de l'assurance voyage, segment de niche mais à fort volume contractuel.

Et l'intérêt de l'analyse de ces données

- Identification du positionnement concurrentiel sur des créneaux spécialisés
- Évaluation de la stratégie de diversification entre produits de masse et produits premium
- Mesure de l'efficacité commerciale par la concentration sur l'assurance voyage
- Analyse de la politique tarifaire différenciée selon les segments de risque

Figure n°12 : le montant de commission transférée à la BADR par AMANA en 2019



Source : Nos recoupements personnels

En 2019, AMANA a réalisé un montant total de commissions de 192 733,03 DA principalement grâce à deux produits. L'assurance voyage domine largement avec 56 285,33 DA provenant de 272 contrats, ce qui représente environ 29% du total des commissions. L'assurance emprunteur reste marginale avec seulement 13 647,70 DA et 2 contrats, même si son taux de commission est plus élevé (10% contre 6,5% pour le voyage). Cette première année montre qu'AMANA mise essentiellement sur l'assurance voyage, probablement parce que la demande était importante à cette époque.

Tableau n°11 : Le calcul des commissions transférées par AMANA en 2020

Branche d'assurance	Nombre de contrat	Montant prime nette	Taux de commission	Montant de commission
Assurance emprunteur (ARC)	10	86567,02	10%	8656,702
Assurance voyage et assistance à l'étranger	126	394242,65	6,5%	25625,77
Total (HT)	136	480809,67	/	34282,47
TVA (9%)				3085,42
Total (TTC)				37367,89

Source : Nos recoupements personnels d'après l'annexe n° 02 et n° 09.

Chapitre III Stratégie de la BADR en bancassurance : bilan, défis et perspectives

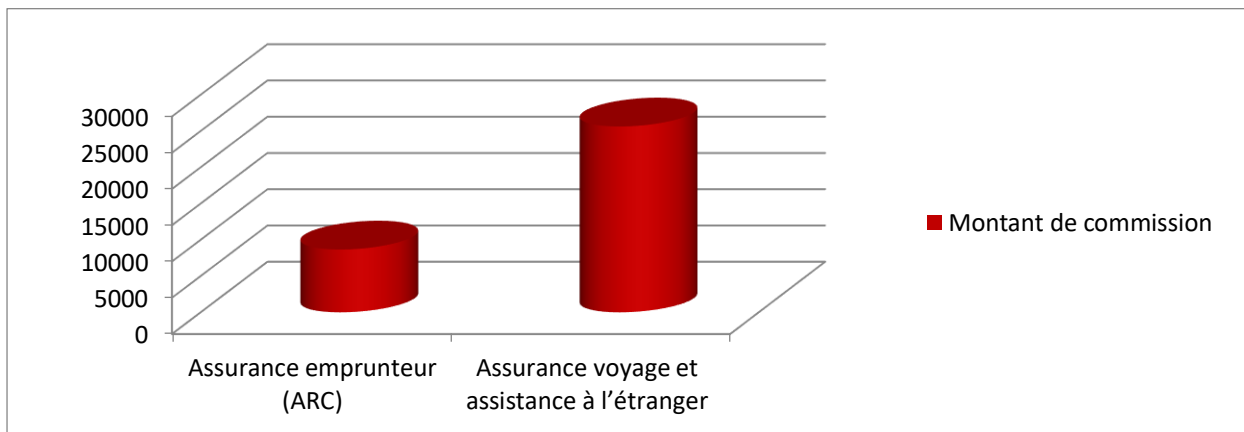
Le tableau présente le calcul des commissions transférées par AMANA en 2020, révélant une contraction significative de l'activité par rapport à 2019. L'Assurance voyage et assistance à l'étranger reste la branche principale avec 126 contrats et 394 242,65 DA de primes nettes (82% du chiffre d'affaires), mais subit une chute drastique de 54% en volume contractuel (272 à 126 contrats) et de 54% en primes par rapport à 2019. Cette branche génère 25 625,77 DA de commission au taux maintenu de 6,5%. L'Assurance emprunteur connaît paradoxalement une progression avec 10 contrats contre 2 en 2019, mais ses primes diminuent de 37% à 86 567,02 DA, générant 8 656,70 DA de commission au taux de 10%.

Le portefeuille total chute de 50% à 136 contrats pour un montant de primes nettes de 480 809,67 DA, soit une baisse de 52% par rapport aux 1 002 405,18 DA de 2019. La commission brute s'effondre à 34 282,47 DA (-82%), atteignant 37 367,89 DA TTC après TVA. Cette performance reflète probablement l'impact de la crise sanitaire sur les voyages internationaux, segment principal d'AMANA.

Intérêt de l'analyse de ces données

- Mesure de la vulnérabilité sectorielle face aux chocs externes (COVID-19)
- Évaluation de la résilience des modèles économiques spécialisés
- Analyse de l'adaptation stratégique en période de crise conjoncturelle
- Identification des risques liés à la concentration sur des segments volatils

Figure n°13 : le montant de commission transférée à la BADR par AMANA en 2020



Source : Nos recoupements personnels

L'année 2020 a été difficile pour AMANA avec une forte baisse des commissions qui tombent à 34 282,47 DA, soit une chute de plus de 80% par rapport à 2019. Cette baisse s'explique facilement par la crise du COVID-19 qui a bloqué les voyages internationaux. L'assurance voyage passe de 272 à seulement 126 contrats, ce qui fait perdre beaucoup d'argent à l'entreprise. En revanche, l'assurance emprunteur progresse un peu avec 10 contrats au lieu de 2, montrant que les gens continuent à faire des prêts même pendant la pandémie. Cette année révèle le problème de dépendre d'un seul type de produit.

Tableau n°12 : Le calcul des commissions transférées par AMANA en 2021

Branche d'assurance	Nombre de contrat	Montant prime nette	Taux de commission	Montant de commission
Assurance emprunteur (ARC)	7	164688,87	10%	16468,887
Assurance voyage et assistance à l'étranger	280	841449,13	6,5%	54694,19
Total (HT)	287	1006138,00	/	71163,08
TVA (9%)				6404,67
Total (TTC)				77567,75

Source : Nos recoupements personnels d'après l'annexe n° 02 et n° 10.

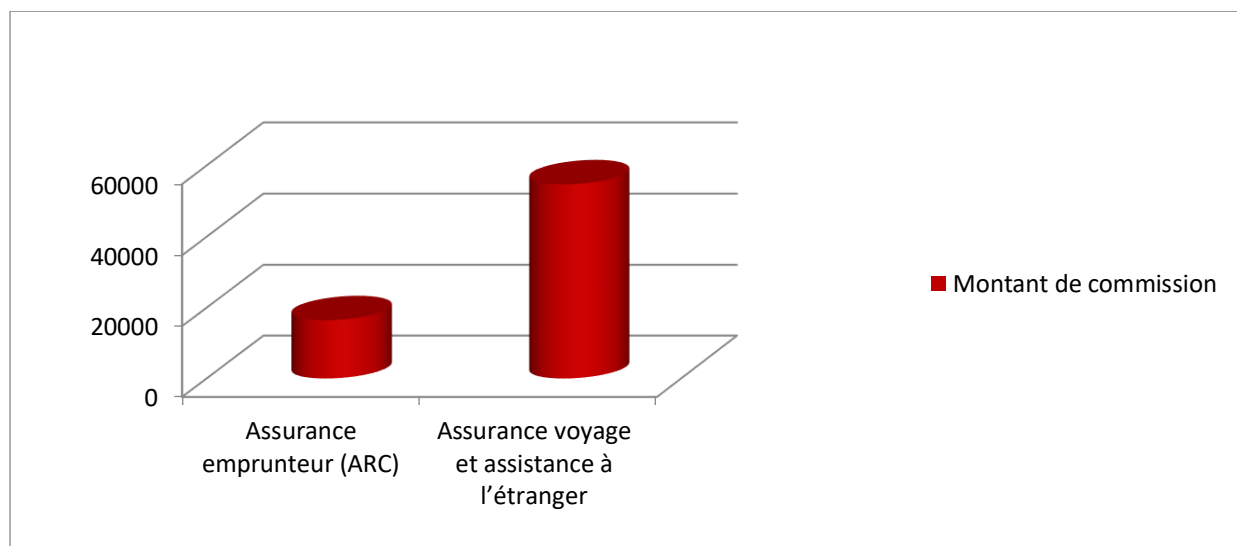
Le tableau présente le calcul des commissions transférées par AMANA en 2021, marquant une reprise spectaculaire après l'effondrement de 2020. L'Assurance voyage et assistance à l'étranger » retrouve sa position dominante avec 280 contrats et 841 449,13 DA de primes nettes (84% du chiffre d'affaires), enregistrant une croissance de 122% en volume contractuel par rapport à 2020 et un quasi-retour au niveau pré-crise de 2019. Cette branche génère 54 694,19 DA de commission au taux maintenu de 6,5%. L'Assurance emprunteur recule légèrement avec 7 contrats contre 10 en 2020, mais ses primes progressent de 90% à 164 688,87 DA, générant 16 468,89 DA de commission au taux de 10%.

Le portefeuille total bondit de 111% à 287 contrats pour un montant de primes nettes de 1 006 138,00 DA, retrouvant pratiquement le niveau de 2019 (1 002 405,18 DA). La commission brute atteint 71 163,08 DA, soit une hausse de 108% par rapport à 2020, et **77 567,75 DA TTC** après TVA. Cette performance confirme la résilience du modèle AMANA et la reprise du secteur des voyages post-crise sanitaire.

Intérêt de l'analyse de ces données

- Mesure de la capacité de rebond après une crise conjoncturelle majeure
- Validation de la stratégie de spécialisation sur l'assurance voyage
- Évaluation de la résilience opérationnelle face aux chocs externes
- Analyse du cycle de récupération des secteurs d'activité spécialisés

Figure n°14 : Le montant de commission transférée à la BADR par AMANA en 2021



Source : Nos recoupements personnels

En 2021, AMANA commence à se remettre de la crise avec 71 163,08 DA de commissions, soit plus du double de 2020. Cette amélioration vient surtout du retour de l'assurance voyage (54 694,19 DA) avec 280 contrats, dépassant même les chiffres de 2019. L'assurance emprunteur continue sa croissance avec 16 468,87 DA et 7 contrats. Cette reprise montre que les gens recommencent à voyager après les restrictions sanitaires et que le marché revient progressivement à la normale.

Tableau n°13 : Le calcul des commissions transférées par AMANA en 2022

Branche d'assurance	Nombre de contrat	Montant prime nette	Taux de commission	Montant de commission
Assurance emprunteur (ARC)	3	213407,11	10%	21340,711
Assurance scolaire	8	2667,00	15%	400,05
Assurance voyage	595	1801525,88	6,5%	117099,18
Assurance voyage	4	43845,26	6,5%	2849,94
Prévoyance et santé individuelle	1	14904,00	10%	1490,4
Total (HT)	611	2076349,25	/	121839,57
TVA (9%)				10965,56
Total (TTC)				132805,13

Source : Nos recoupements personnels d'après l'annexe n° 02 et n° 11.

Chapitre III Stratégie de la BADR en bancassurance : bilan, défis et perspectives

Le tableau présente le calcul des commissions transférées par AMANA en 2022, révélant une diversification significative du portefeuille avec l'introduction de nouvelles branches d'assurance. L'Assurance voyage maintient sa position dominante avec 599 contrats (répartis en deux lignes distinctes) représentant 98% du volume contractuel et 1 845 371,14 DA de primes nettes (89% du chiffre d'affaires total), générant 119 949,12 DA de commission au taux de 6,5%.

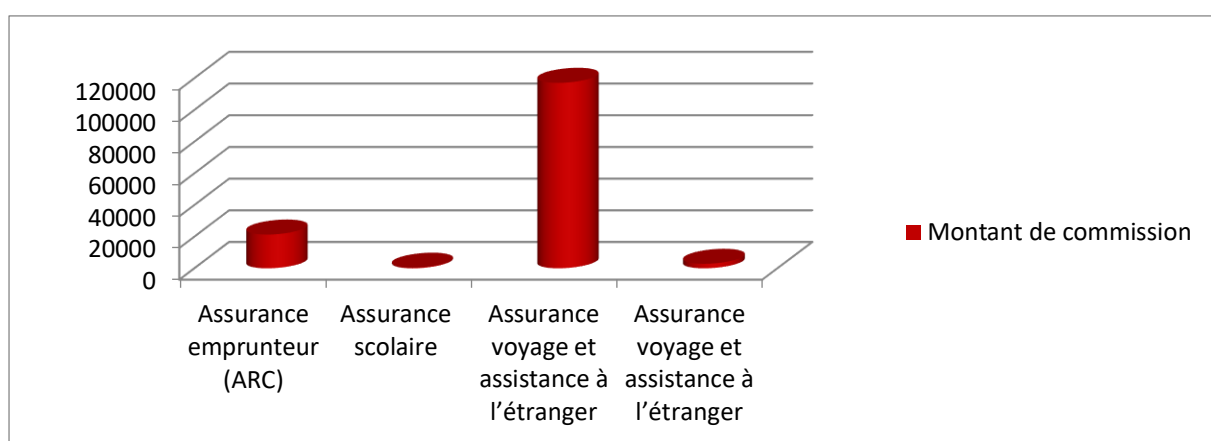
L'Assurance emprunteur (ARC) » progresse avec 213 407,11 DA de primes pour 3 contrats, produisant 21 340,71 DA de commission au taux de 10%. Les nouvelles branches émergent avec l'Assurance scolaire (8 contrats, taux préférentiel de 15%) et la Prévoyance et santé individuelle (1 contrat, taux de 10%).

Le portefeuille total explose à 611 contrats, soit une croissance de 113% par rapport aux 287 contrats de 2021, pour un montant de primes nettes de 2 076 349,25 DA, représentant une hausse de 106% par rapport à 2021. Cette expansion témoigne d'une stratégie de diversification réussie tout en conservant la spécialisation sur l'assurance voyage. La commission brute atteint 121 839,57 DA avec une politique tarifaire différenciée selon les segments, générant **132805,13 DA TTC** après TVA.

Intérêt de l'analyse de ces données

- Validation de la stratégie de diversification par l'introduction de nouveaux produits
- Mesure de l'expansion commerciale et de la montée en puissance opérationnelle
- Analyse de la politique tarifaire segmentée selon les profils de risque
- Évaluation de la capacité d'innovation face aux besoins émergents du marché

Figure n°15 : Le montant de commission transférée à la BADR par AMANA en 2022



Source : Nos recoupements personnels

2022 est une très bonne année pour AMANA avec 121 839,57 DA de commissions (+71% par rapport à 2021). L'assurance voyage explose littéralement avec 595 contrats et 117 099,18 DA de commissions. Mais le plus intéressant, c'est qu'AMANA lance deux nouveaux produits : l'assurance scolaire et la prévoyance santé individuelle. Même si ces nouveaux produits rapportent peu (400,05 DA et 1 490,4 DA), cela montre que l'entreprise essaie de diversifier ses

Chapitre III Stratégie de la BADR en bancassurance : bilan, défis et perspectives

activités pour ne plus dépendre uniquement du voyage. L'assurance emprunteur continue aussi à bien se porter.

Tableau n°14 : Le calcul des commissions transférées par AMANA en 2023

Branche d'assurance	Nombre de contrat	Montant prime nette	Taux de commission	Montant de commission
Assurance emprunteur (ARC)	12	393567,42	10%	39356,742
Assurance scolaire	5	1066,80	15%	160,02
Assurance voyage	842	2774946,49	6,5%	180371,52
Assurance voyage	2	37392,12	6,5%	2430,48
Assurance voyage	1	610,00	6,5%	39,65
Total (HT)	611	327582,83	/	222358,41
TVA (9%)				20012,25
Total (TTC)				242370,66

Source : Nos recoupements personnels d'après l'annexe n° 02 et n° 12.

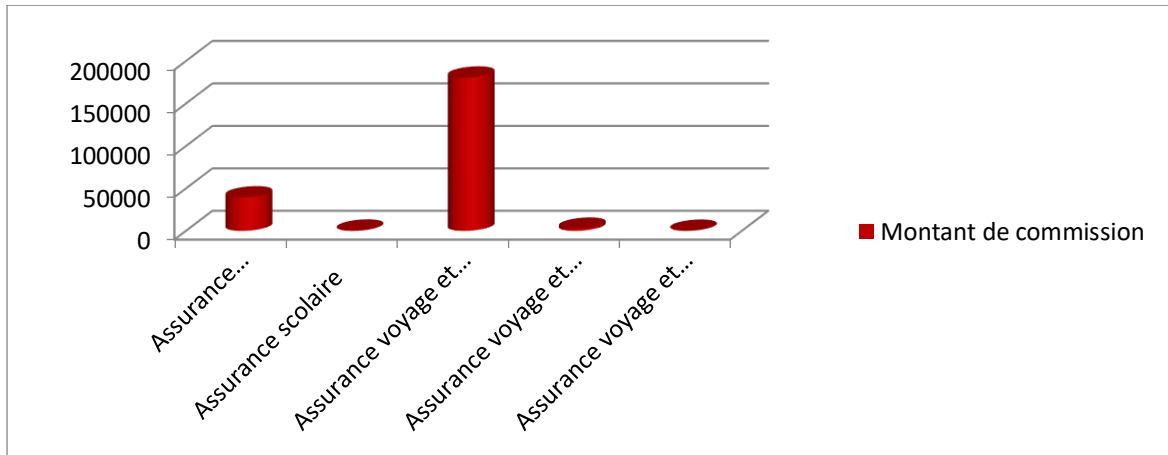
Le tableau présente le calcul des commissions transférées par AMANA en 2023, mais révèle une incohérence majeure dans les données financières. L'Assurance voyage consolide sa position ultra-dominante avec 845 contrats (répartis en trois lignes) représentant 93% du volume contractuel et théoriquement 2 812 948,61 DA de primes nettes selon le détail par ligne, générant 182 841,65 DA de commission au taux maintenu de 6,5%. L'Assurance emprunteur quadruple son activité avec 12 contrats contre 3 en 2022 et 393 567,42 DA de primes, produisant 39 356,74 DA de commission au taux de 10%. L'Assurance scolaire recule légèrement à 5 contrats avec 1 066,80 DA de primes au taux préférentiel de 15%.

Le total des primes nettes affiché (327 582,83 DA) ne correspond pas à la somme des montants détaillés (3 207 572,83 DA), créant une divergence de 2 880 000 DA environ. Cette erreur comptable majeure fausse l'analyse de performance, car les commissions calculées (222358,41DA) semblent basées sur les montants détaillés plutôt que sur le total erroné. Le portefeuille maintient ses 611 contrats mais la fiabilité des données financières est compromise.

Intérêt de l'analyse de ces données

- Identification des défaillances dans les systèmes de suivi financier
- Nécessité d'audit des procédures de consolidation comptable
- Validation des contrôles internes de cohérence des données
- Amélioration des processus de vérification des états financiers

Figure n°16 : Le montant de commission transférée à la BADR par AMANA en 2023



Source : Nos recoupements personnels

2023 confirme le succès d'AMANA avec un record de 222 358,41 DA de commissions (+82% par rapport à 2022). L'assurance voyage reste le produit phare mais on voit qu'elle est maintenant divisée en plusieurs catégories (180 171,52 DA, 2 430,48 DA et 39,65 DA), ce qui montre une meilleure organisation des produits. L'assurance emprunteur devient vraiment importante avec 39 356,74 DA et 12 contrats. L'assurance scolaire, même si elle reste petite, se développe avec 5 contrats. Au final, AMANA a réussi à passer d'une entreprise qui ne vendait qu'un type d'assurance à une compagnie qui propose plusieurs produits différents, ce qui la rend plus solide face aux crises.

1.1.3. Analyse comparative des contrats d'assurance SAA et AMANA Agence BADR de Tizi-Ouzou (2019-2023) :

Cette présentation analyse l'évolution du nombre de contrats d'assurance souscrits auprès de deux compagnies majeures, SAA (Société Algérienne d'Assurance) et AMANA Assurance, par l'intermédiaire de l'agence BADR de Tizi-Ouzou sur une période de cinq années (2019-2023). Cette étude comparative permet d'évaluer les performances commerciales et les tendances de souscription de ces deux acteurs du marché algérien de l'assurance

Tableau n°15 : Nombre de contrats d'assurance de SAA et AMANA souscrit par la BADR de Tizi-Ouzou durant la période

Compagnie	2019	2020	2021	2022	2023
SAA	61	60	74	100	62
AMANA	274	136	287	611	862

Source : réalisé par nos soins

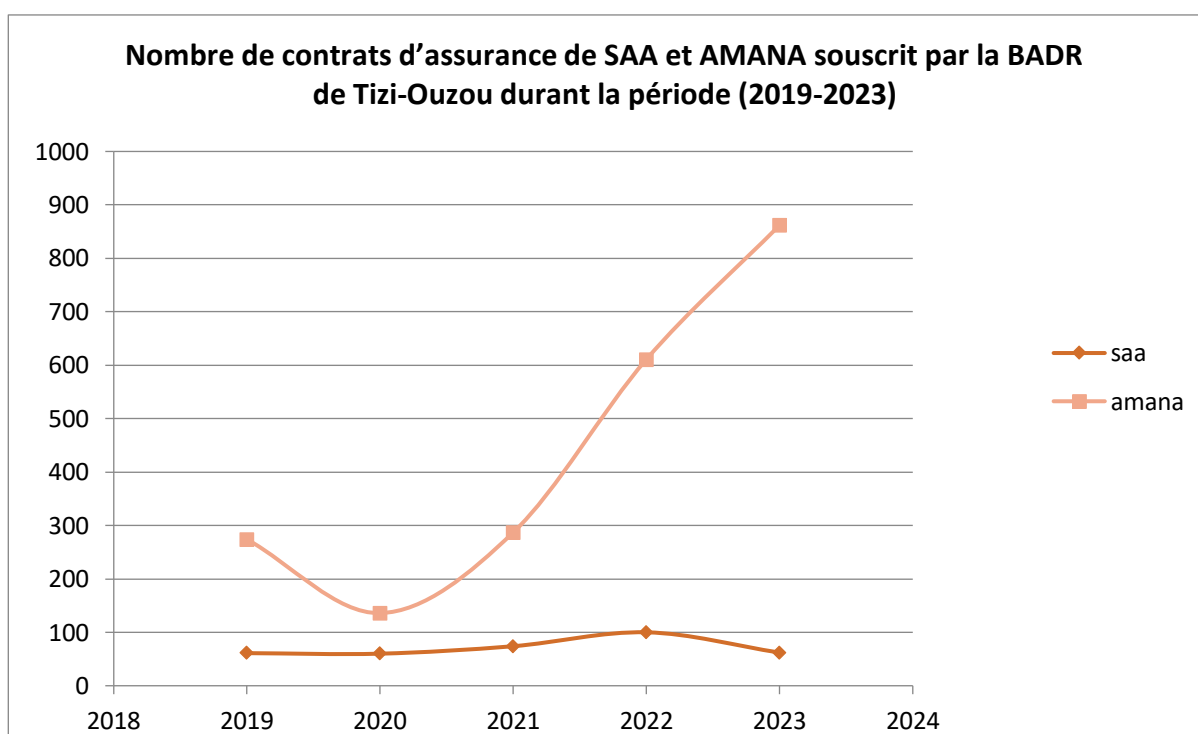
Chapitre III Stratégie de la BADR en bancassurance : bilan, défis et perspectives

Le tableau révèle des trajectoires contrastées entre les deux compagnies d'assurance partenaires de la BADR de Tizi-Ouzou sur la période 2019-2023. La SAA présente une évolution cyclique avec une croissance progressive de 61 à 100 contrats entre 2019 et 2022, suivie d'une chute significative à 62 contrats en 2023, retrouvant quasiment son niveau initial. Cette variabilité résulte de l'exposition du marché agricole aux cycles économiques et des adaptations stratégiques mises en œuvre par l'assureur.

AMANA affiche une dynamique plus contrastée avec un effondrement brutal en 2020 (274 à 136 contrats) lié à la crise sanitaire et à l'arrêt des voyages internationaux, son activité principale. La reprise s'amorce dès 2021 avec un retour au niveau pré-crise, puis s'accélère spectaculairement en 2022 (611 contrats) et 2023 (862 contrats), témoignant d'une stratégie de diversification réussie et d'une expansion commerciale soutenue.

Cette évolution différenciée illustre l'impact des facteurs sectoriels sur les performances : stabilité relative du secteur agricole pour la SAA versus forte sensibilité conjoncturelle puis rebond dynamique pour AMANA dans les services aux particuliers.

Graph N°01 : Nombre de contrats d'assurance de SAA et AMANA souscrit par la BADR de Tizi-Ouzou durant la période (2019-2023)



Source : Nos recoupements personnels

Il convient de noter qu'AMANA Assurance connaît une croissance significative de son portefeuille de contrats. L'évolution quantitative montre un déclin initial en 2020 (136 contrats) par rapport à 2019 (274 contrats), suivi d'une reprise progressive en 2021 (287 contrats). Cette tendance s'accélère considérablement à partir de 2022 avec 611 contrats, pour atteindre son maximum en 2023 avec 862 contrats, représentant une croissance de 214% entre 2019 et 2023.

Cependant la SAA présente une évolution relativement stable mais limitée dans ses volumes de souscription. Les données indiquent une variation faible entre 61 contrats en 2019 et 62 contrats en 2023, avec un pic intermédiaire de 100 contrats en 2022. Cette performance traduit une stagnation relative de l'activité commerciale de la compagnie sur l'agence étudiée.

2. Analyse empirique et évaluation de la qualité de service :

Pour réaliser une étude empirique, nous avons élaboré un guide d'entretien semi-directif destiné au personnel de la BADR de l'agence de Tizi-Ouzou N°580, Cet entretien a été mené avec Mme HESSAS, responsable du guichet bancassurance, et portait sur quatre axes principaux :

(Annexe n°13)

A. Quelle sont les défis rencontrés par la BADR TIZI-OUZOU N°580 ?

Dans le cadre de nos activités quotidiennes au sein de l'agence BADR Tizi-Ouzou n°580, nous sommes confrontés à plusieurs obstacles qui entravent le développement de la bancassurance sur notre territoire. Ces défis, issus de notre expérience terrain, impactent directement notre capacité à commercialiser les produits d'assurance et nécessitent une analyse approfondie pour améliorer nos performances commerciales.

✚ Obstacles liés à la dépendance aux crédits bancaires :

- Ralentissement de l'octroi de crédits impactant directement les ventes d'assurance-crédit.
- Politiques de crédit restrictives de la Banque d'Algérie limitant l'expansion.
- Risques de crédit élevés dans le secteur agricole affectant la rentabilité.

✚ Obstacles liés à la saturation du marché :

- Concurrence intensifiée avec l'entrée de nouveaux acteurs.
- Maturité progressive du marché de l'assurance voyage.
- Limitation des segments de clientèle pour les produits agricoles.

✚ Obstacles technologiques et digitaux :

- Retard dans la digitalisation des processus de vente.
- Manque d'outils de souscription en ligne.
- Absence de plateformes mobiles pour les clients ruraux.
- Faible intégration des systèmes bancaires et d'assurance.

✚ Obstacles financiers et de rentabilité :

- Investissements importants nécessaires pour soutenir la croissance.
- Pression sur les marges due à la concurrence.
- Coûts de distribution élevés en milieu rural.
- Difficultés de provisionnement pour les risques agricoles.

✚ Obstacles liés aux ressources humaines :

- Pénurie d'expertise en assurance dans les agences.
- Résistance du personnel aux objectifs commerciaux renforcés.
- Capacité limitée de formation du personnel sur les nouveaux produits d'assurance.

B. Pourquoi ne pas élargir la gamme des produits d'assurance ?

Effectivement, comme je vous l'ai dit, ça serait à fur et à mesure selon les besoins de la clientèle.

Vous comprenez, on ne peut pas du jour au lendemain proposer toute une gamme d'assurance sans être sûrs que nos clients en ont vraiment besoin. Moi, au quotidien, je vois bien ce que demandent nos clients : principalement l'assurance voyage quand ils partent à l'étranger, et l'assurance agricole pour ceux qui ont des exploitations.

Pour l'instant, ces deux produits marchent très bien. Les gens les connaissent, ils font confiance à la BADR pour ça. Mais si demain nos clients commencent à nous demander massivement de l'assurance auto ou habitation, là on étudiera la question.

Le truc, c'est qu'on préfère bien maîtriser ce qu'on fait plutôt que de se disperser. Moi, quand un client vient pour une assurance voyage, je connais tous les détails, toutes les garanties, je peux le conseiller parfaitement. Si on rajoute plein d'autres produits d'un coup, on risque de perdre en qualité.

Et puis, il faut être honnête, on a déjà du mal à avoir assez de formations sur nos produits actuels. Alors imaginez si on multiplie par trois ou quatre...

Non, vraiment, l'approche progressive selon la demande, c'est la plus sensée pour nous.

C. Est-ce que des formations sont régulièrement organisées pour le personnel au sein de la BADR ?

Non, Le manque de formations régulières et spécialisées pour le personnel constitue un obstacle structurel au développement de la bancassurance à la BADR, limitant la capacité des employés à maîtriser les produits d'assurance complexes et à conseiller efficacement la clientèle.

D. Quelle sont les perspectives de développement de la bancassurance au sein de la BADR ?

La vente des produits bancassurance au sein de la BADR connaît actuellement un développement très remarquable, certaine vente de produits a atteint un niveau très élevé ces dernières années, je cite en particulier la vente des produits agricoles et l'assurance voyage.

Les perspectives de la bancassurance se dépendent des produits de la banque en matière des crédits octroyés.

3. Présentation des résultats d'une enquête par un questionnaire mener avec les clients de la BADR N°580 : (Annexe n°14)

Dans le cadre de notre étude, un questionnaire de satisfaction a été réalisé auprès de six clients fréquentant le guichet bancassurance de la BADR à Tizi-Ouzou. Ce questionnaire comportait huit questions fermées visant à évaluer plusieurs aspects du service : la qualité de l'accueil, l'accessibilité, la disponibilité du personnel, la clarté des informations, la compréhension des produits proposés, ainsi que la satisfaction globale.

A. Accueil et accessibilité

Tous les clients interrogés ont exprimé leur satisfaction quant à l'accueil reçu au guichet bancassurance. La grande majorité d'entre eux ont également jugé que le guichet était facilement accessible, que ce soit en termes d'horaires, de localisation ou de gestion des files d'attente. Seule une minorité a eu une opinion neutre sur ce point.

B. Qualité du service et disponibilité du personnel

La disponibilité et l'écoute du personnel ont été très bien appréciées par la plupart des clients, qui les ont qualifiées d'excellentes. Quelques-uns ont toutefois estimé que ces aspects pouvaient être améliorés. De plus, la majorité des répondants ont confirmé que les conseillers fournissaient des réponses claires et compréhensibles.

C. Information et compréhension des produits

Concernant la présentation des produits bancassurance, une partie importante des clients a trouvé que les informations étaient claires et objectives, tandis qu'une autre partie les a jugées insuffisamment détaillées. Par ailleurs, la plupart des clients ont déclaré avoir compris partiellement les conditions et avantages des produits proposés, ce qui indique un besoin d'amélioration dans l'accompagnement et la pédagogie.

D. Satisfaction globale et recommandation

La satisfaction globale vis-à-vis des services du guichet bancassurance est restée modérée, certains clients exprimant une satisfaction neutre, d'autres une satisfaction positive. Le score moyen donné pour la recommandation du service est plutôt bon, ce qui montre une tendance favorable à conseiller la BADR, tout en laissant une marge d'amélioration.

E. Axes d'amélioration identifiés

Les principaux points à améliorer ressortant de cette enquête sont :

- ✓ La clarification et la simplification des informations relatives aux produits d'assurance.
- ✓ L'amélioration de la compréhension des conditions contractuelles par les clients.

Chapitre III **Stratégie de la BADR en bancassurance : bilan, défis et perspectives**

- ✓ Le renforcement de la formation du personnel, notamment sur la communication et l'écoute active.
- ✓ Le développement d'outils digitaux pour faciliter l'accès aux services et améliorer l'expérience client.

Cette analyse met en évidence une bonne qualité de service au guichet bancassurance, tout en soulignant des opportunités pour optimiser la communication et la compréhension des produits, afin d'accroître la satisfaction et la fidélisation des clients.

L'analyse empirique menée à la BADR, agence de Tizi-Ouzou N°580, révèle plusieurs défis majeurs freinant le développement de la bancassurance, notamment la forte dépendance aux crédits bancaires, les politiques restrictives, la saturation du marché, ainsi que des retards technologiques et un manque d'intégration des systèmes. Les contraintes financières et la pénurie d'expertise en assurance, aggravées par un déficit de formation régulière du personnel, limitent la capacité à répondre efficacement aux besoins des clients. Malgré ces obstacles, la bancassurance connaît une croissance notable, particulièrement sur les produits agricoles et d'assurance voyage, avec une offre qui s'adapte progressivement aux attentes de la clientèle. L'enquête de satisfaction client souligne une excellente qualité d'accueil et une bonne disponibilité du personnel, mais met en lumière des lacunes dans la clarté des informations et la compréhension des produits, ce qui se traduit par une satisfaction globale neutre et un score de recommandation moyen. Pour améliorer la qualité de service et renforcer la performance commerciale, il est essentiel de clarifier les informations fournies, d'intensifier la formation du personnel et de digitaliser les services, notamment pour mieux desservir la clientèle rurale. Ces actions permettront de mieux répondre aux attentes des clients et de consolider le développement de la bancassurance dans un environnement concurrentiel et en mutation.

Conclusion

À travers cette étude, nous avons pu constater que la BADR a fait le choix d'intégrer la bancassurance dans ses activités en signant des conventions avec la SAA et la AMANA. Cette décision est logique car la banque dispose d'un réseau important d'agences qui peuvent servir de points de vente pour les produits d'assurance.

L'étude de l'agence de Tizi-Ouzou nous montre que cette expérience a donné des résultats positifs mais limités. La banque arrive à vendre principalement des assurances agricoles et des assurances voyage, ce qui correspond bien à sa clientèle. Cependant, les revenus générés par cette activité restent faibles par rapport au potentiel de la banque.

Les principales difficultés rencontrées sont le manque de diversité dans les produits proposés et le fait que les employés de la banque ne sont pas suffisamment formés pour vendre des assurances. De plus, la banque se concentre trop sur certains types d'assurance et néglige d'autres produits qui pourraient intéresser sa clientèle.

Pour améliorer ses résultats en bancassurance, la BADR devrait proposer plus de produits d'assurance, mieux former ses employés et utiliser les nouvelles technologies pour faciliter la

Chapitre III Stratégie de la BADR en bancassurance : bilan, défis et perspectives

vente. Elle pourrait aussi mieux exploiter sa relation avec ses clients pour leur proposer des assurances adaptées à leurs besoins.

Même si la BADR a réussi à lancer la bancassurance, elle doit encore faire des efforts pour que cette activité devienne vraiment rentable et contribue de manière significative à ses revenus.

Conclusion générale

Conclusion générale

Cette étude nous a permis d'analyser en profondeur le concept de bancassurance et d'évaluer ses perspectives de développement en Algérie, notamment à travers l'expérience concrète de la BADR agence de Tizi-Ouzou N°580.

À travers notre recherche théorique, nous avons pu comprendre que la bancassurance représente bien plus qu'une simple stratégie commerciale. Elle constitue une véritable révolution dans l'approche des services financiers, permettant de créer des synergies entre deux secteurs traditionnellement séparés. Cette alliance stratégique offre aux banques la possibilité de diversifier leurs revenus tout en proposant à leur clientèle une gamme de services plus complète et intégrée.

Notre étude de cas menée au sein de la BADR de Tizi-Ouzou nous a révélé des résultats encourageants mais également certaines limites. D'un côté, nous avons constaté que l'introduction de produits d'assurance a effectivement contribué à améliorer les performances commerciales de l'agence et à renforcer sa position concurrentielle. Les clients semblent progressivement adhérer à cette nouvelle approche, particulièrement pour les produits liés aux crédits immobiliers et aux comptes d'épargne.

Cependant, notre analyse a également mis en évidence plusieurs défis majeurs qui freinent encore le plein épanouissement de la bancassurance en Algérie. Le manque de formation spécialisée du personnel bancaire, la complexité du cadre réglementaire actuel, et surtout la faible culture assurantielle de la population algérienne constituent autant d'obstacles qu'il convient de surmonter.

Malgré ces contraintes, nous restons convaincus que la bancassurance dispose d'un potentiel de développement considérable en Algérie. Le contexte économique actuel, marqué par une volonté de diversification et de modernisation du secteur financier, offre un terrain favorable à l'expansion de ce modèle. De plus, l'évolution démographique du pays, avec une population jeune et de plus en plus bancarisée, constitue un atout majeur pour l'avenir de la bancassurance.

Pour concrétiser ce potentiel, nous recommandons plusieurs axes d'amélioration prioritaires. Il s'agit notamment de renforcer les programmes de formation du personnel bancaire, de simplifier et harmoniser le cadre réglementaire, de développer des campagnes de sensibilisation pour promouvoir la culture assurantielle, et enfin d'encourager des partenariats plus étroits entre les banques et les compagnies d'assurance.

Bien que la bancassurance en Algérie soit encore à ses débuts, elle représente indéniablement l'avenir du secteur financier national. Son développement progressif mais certain témoigne d'une transformation en cours qui, moyennant les ajustements nécessaires, pourrait contribuer significativement à la modernisation et à l'efficacité du système financier algérien dans son ensemble.

Cette recherche nous a permis d'acquérir une compréhension approfondie des enjeux et des perspectives de la bancassurance, tout en nous sensibilisant aux défis que représente l'adaptation des modèles financiers internationaux au contexte économique et culturel algérien.

An orange scroll graphic with a dark orange border and rounded corners. The scroll is unrolled in the center, revealing the text. The top and bottom edges of the scroll are slightly curved, and there are small circular details at the corners suggesting the binding of the scroll.

Liste des abréviations

Liste des abréviations

AMANA : Société D'assurance De Prévoyance Et Sante

ACM : Assurance De Crédit Mutuel

AGB : Algerian Gulf Bank

AXA : AXA Assurances Algérie

ABC : Arab Banking Corporation

AP : L'assurance De La Personne

AGLIC : Algerian Gulf Life Insurance Company

ACMR : Association Algérienne De Coopération Mutuelle Et De Réassurance

BNP : Banque National De Paris

BEA : Banque Extérieure d'Algérie

BADR : Banque D'agricole Et De Développement Rurale

BDL : Banque de Développement Local

BNA : Banque Nationale D'Algérie

CAAT : Compagnie Algérienne Des Assurances

CAAR : Caisse Algérienne D'assurance Et De Réassurance

CIC : Crédit Industriel Et Commerciale

CMC : Conseil De La Monnaie Et De Crédit

CNEP : Caisse Nationale d'Épargne Et De Prévoyance

CPA : Crédit Populaire D'Algérie

CRMA : La Caisse Nationale De Mutualité Agricole

FNI : Fonds National D'investissement

GAN : Groupe Des Assurances Nationales

IARD : Incendie, Accidents Et Risque Divers

MRH : Assurance Multirisque Habitation

MACIF : Mutuelle Assurance Des Commerçants Et Industriels De France Et Des Cadres Et Salaries De L'industrie Et Du Commerce

SAA : Société Algérienne D'assurance

SPA : Société Par Action

SAPS : Société Algérienne De Production Et De Services

TALA : Taamine Life Algérie

Liste des tableaux

Liste des tableaux

Tableaux	Titres	Pages
Tableau N°01	Bilan emplois/ressources d'une compagnie d'assurance	16
Tableau N°02	Synthèse des conventions de partenariat entre banques et compagnies d'assurance en Algérie	43
Tableau N°03	Produits d'AMANA ASSURANCE	67
Tableau N°04	Réseau de distribution AMANA ASSURANCE	68
Tableau N°05	Le calcul des commissions transférées par la SAA en 2019	72
Tableau N°06	Le calcul des commissions transférées par la SAA en 2020	73
Tableau N°07	Le calcul des commissions transférées par la SAA en 2021	75
Tableau N°08	Le calcul des commissions transférées par la SAA en 2022	76
Tableau N°09	Le calcul des commissions transférées par la SAA en 2023	78
Tableau N°10	Le calcul des commissions transférées par AMANA en 2019	80
Tableau N°11	Le calcul des commissions transférées par AMANA en 2020	81
Tableau N°11	Le calcul des commissions transférées par AMANA en 2021	83
Tableau N°12	Le calcul des commissions transférées par AMANA en 2022	84
Tableau N°13	Le calcul des commissions transférées par AMANA en 2023	86
Tableau N°14	Nombre de contrats d'assurance de SAA et AMANA souscrit par la BADR de Tizi-Ouzou durant la période	87

Liste des figures et Graphes

Liste des figures

Figures	Titres	Pages
Figure N°01	Intermédiation de la banque	10
Figure N°02	Principales fonctions de la banque	10
Figure N°03	Evolution de la bancassurance en Algérie 2022-2024	45
Figure N°04	Le logo de BADR banque	56
Figure N°05	L'organigramme de la BADR	60
Figure N°06	Les actionnaires de l'assurance AMANA	66
Figure N°07	La classification des produits d'assurance de la SAA par branche en 2019	73
Figure N°08	La classification des produits d'assurance de la SAA par branche en 2020	74
Figure N°09	La classification des produits d'assurance de la SAA par branche en 2021	76
Figure N°10	La classification des produits d'assurance de la SAA par branche en 2022	77
Figure N°11	La classification des produits d'assurance de la SAA par branche en 2023	79
Figure N°12	Le montant de commission transférée à la BADR par AMANA en 2019	81
Figure N°13	Le montant de commission transférée à la BADR par AMANA en 2020	82
Figure N°14	Le montant de commission transférée à la BADR par AMANA en 2021	84
Figure N°15	Le montant de commission transférée à la BADR par AMANA en 2022	85
Figure N°16	Le montant de commission transférée à la BADR par AMANA en 2023	87

Liste des graphes

Graphes	Titres	Pages
GrapheN°01	Nombre de contrats d'assurance de SAA et AMANA souscrit par la BADR de Tizi-Ouzou durant la période (2019-2023)	88



Bibliographie

OUVRAGES

- BELKADI, S. S. (2002). Gestion de la banque. Dunod, Paris.
- BORDERIE, A. & LAFFITTE, M. (2004). La bancassurance stratégie et perspectives en France et en Europe. Revue banque éditions, France.
- COUILBAULT, F. & CONSTANT, E. (2011). Les grands principes de l'assurance. 10ème éd. L'argus, Paris.
- COUILBAULT, F., CONSTANT, E. & LATRASSE, M. (2003). Les grands principes de l'assurance. 6ème éd. L'argus de l'assurance, Paris.
- DE COUSSERGUES, S. (2013). Gestion de la banque : du diagnostic à la stratégie. 7ème édition, Dunod.
- DELAHAYE, T. (2021). Droit des assurances. 8e édition, Dalloz.
- DELMAS-MARSALET, J. (1995). La banque : fonctionnement et stratégies. Edition Economica, Paris.
- HASSID, A. (1989). Introduction à l'étude des assurances économiques. ENAL, Alger.
- KARYOTIS, C. (2022-2023). L'essentiel de la banque. 9e édition.
- KEREN, V. (1997). La bancassurance. Presses Universitaires de France.
- THOMAS, P. (2001). La bancassurance : enjeux et perspectives. Éditions Economica.

ARTICLES ET REVUES

- BERANGERL, L. M., CHEVALIER, M. & LAUNAY, C. (2005). "Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde". Le rapport FOCUS publication de SCOR vie, Paris.
- CNA (2012). "Abdelhakim Benbouabdellah". Revue N°1, Semestre 2012.
- Revue de L'assurance N°14 (septembre 2016).

THÈSES ET MÉMOIRES

- FELLAH, G. & KADI, D. "Analyse de l'évolution de la part des produits bancassurances dans l'activité de la BADR de Tizi-Ouzou agence n°580 durant la période 2014-2017". Mémoire.
- GILBERT, S. (2004). Les structures juridiques de bancassurance. Thèse de doctorat en droit privé, FDSS/Université de Poitiers.

- GOSSOU, S. (2005). La distribution de l'assurance par les banques : contribution à l'étude des assurances collectives. Thèse de doctorat en droit privé, FDSS/Université de Poitiers, France.
- HAMOUL & KASSOUL, S. Analyse du contexte global de la bancassurance en Algérie Etude comparative.
- MOUASS, S. (2008/2009). Les stratégies et les perspectives de la bancassurance en Algérie. Mémoire de fin d'étude.

SITES WEB

- BADR Bank. Site officiel de la banque. www.badr-bank.dz
- BADR Banque. Assurances des personnes. <https://badrbanque.dz/assurances-des-personnes/>
- CNA. Bancassurance. <https://cna.dz/bancassurance/>
- Cursa. Types de banques. <https://curasa.app/fr/page/types-de-banques>
- "Banques : un rôle clé dans le développement économique du pays depuis l'indépendance". [URL manquante].



Annexes

Annexe n°1 :

Banque de l'Agriculture et Du Développement Rural

Agence BADR TIZI OUZOU 580

CODE 13402

D. R SAA de rattachement TIZI OUZOU

Facture de commissions du mois du mois..... 2025

RIB : 580.

N° 00/2025

branche d'assurance	Nb contrat	Montant prime nette	Taux de commission	Montant de commission
Assurance Multirisque habitation			32%	
Assurance CAT NAT			05%	
Total ass.simple Habitation			05%	
Assurance contre grêle et l'incendie des récoltes			10%	
Assurance contre la grêle			10%	
Ass Mortalité Aquacole			06%	
Assurance multirisque aquacole			10%	
Ass Multirisque Entreprise Agricole			10%	
Ass.multirisque bétail			10%	
Assurance Multirisques Avicoles			10%	
Assurance engins agricoles			10%	
Assurance M. Apicole			10%	
Total assurance agricole			10%	
Total HT				
TVA			09%	
TTC				

Arrêtée la présente facture à la somme de.....

**Cachet et griffe
Du Directeur de l'ALE**

Le souscripteur

Annexe n°2 :

SOCIETE D'ASSURANCE DE PREVOYANCE & DE SANTE

S.A.P.S/AMANA

ALE BADR : TIZI-OUZOU

Code : 580

GRE BADR De rattachement : TIZI-OUZOU 015

Facture de commission de MARS 2025

N°03/2025

Branche d'assurance	Nombre contrats	Montant prime nette	TAUX DE COMMISSION	MONTANT DE COMMISSION
Assurance Emprunteur « ARC »			10%	
Assurance voyage & assistance à l'étranger			6,5%	
Assurance scolaire			15%	
Accidents corporels /individuelle			20%	
Accidents corporels/collective			15%	
Prévoyance de la vie			10%	
Prévoyance & santé individuelle			10%	
TOTAL HT			6,5%	
TVA 09%				
TTC				

Arrêtée la présente à la somme de :

**Signature, cachet et griffe
Du Directeur de l'ALE**

L'Agent souscripteur

« Saa

ETAT CONSOLIDE DES EMISSIONS NET AGENCE /PRODUIT

Edité le: 10-AVR-25 04:19:05

Du : 01 Janvier 2019 Au 31 Décembre 2019

Page 1 de 1

Agence : 13402 ALE TIZI OUZOU
 Branche de : 12 Incendie & événements naturels
 4 23 Autres Assurances Agricoles

Code Produit	Produit	Nbre de contrat	Prime Nette	Acc	TVA	T.D	Prime Totale	REC
2111	Grêle_Incendie des Récoltes	17	546,093,64	4,250,00	104,565,31	1,280,00	656,188,95	432,756,71
2211	Multirisque Agricole	1	259,558,81	300,00	49,373,19	160,00	309,392,00	7,277,82
2212	Multirisque Bétail	15	3,509,842,80	3,750,00	667,582,83	1,400,00	4,182,575,63	2,234,109,81
2317	Assurances Engins Agricoles	28	2,655,181,05	7,000,00	505,814,45	3,960,00	3,171,955,50	1,379,462,74
Total :		61	6,970,676,30	15,300,00	1327335,78	6,800,00	8,330,112,08	4,053,607,08

Gestionnaire de l'Agence
 Signature du
 Chef d'Agence



• Saia

ETAT CONSOLIDE DES EMISSIONS NET AGENCE /PRODUIT

Edité le : 10-AVR-25 04:32:13

Du : 01 Janvier 2020 Au 31 Decembre 2020

Page 1 de 1

Agence : 13402 ALLE TIZI OUZOU
Branche de : 12 Incendie & événements naturels
4 23 Autres Assurances Agricoles

Code Produit	Produit	Nbre de contrat	Prime Nette	Acc	TVA	T.D	Prime Totale	REC
2111	Grêle_Incendie des Récoltes	6	396.383,40	1.500,00	75.597,86	520,00	474.001,26	353.608,20
2211	Multirisque Avicole	3	1.177.438,76	900,00	223.884,37	960,00	1.403.183,13	430.760,90
2212	Multirisque Bétail	34	7.370.068,55	8.550,00	1.401.937,66	3.800,00	8.784.356,21	5.194.672,52
2214	Multirisque Apicole	3	112.088,82	750,00	21.439,38	240,00	134.518,20	91.299,59
2313	Multirisque Entreprise Agricole	5	130.115,23	1.250,00	24.959,41	440,00	156.764,64	43.180,24
2317	Assurances Engins Agricoles	9	1.012.915,28	2.250,00	192.881,46	1.160,00	1.209.206,74	626.058,56
Total :		60	10.199.010,04	15.200,00	1940700,14	7.120,00	12.162.030,18	6.739.580,01

Gestionnaire de Production
Signature du Chef D'agence

Convention de
Rassurance
S.A. ASSURANCE
Agence Code 13402
Bd Moh Saïd
Quiz Mouin
T. Ouzou
Société Nationale d'Assurance
التأمين
شركة
التأمين

Annexe n°4 :

Saa

ETAT CONSOLIDE DES EMISSIONS NET AGENCE /PRODUIT

Edité le : 10-AVR-25 04:59:27

Du : 01 Janvier 2021 Au 31 Décembre 2021

Page 1 de 1

Agence : 13402 ALE TIZI OUZOU
 Branche de : 12 Incendie & événements naturels
 4 23 Autres Assurances Agricoles

Code Produit	Produit	Nbre de contrat	Prime Nette	Acc	TVA	T.D	Prime Totale	REC
2111	Grêle_Incendie des Recoltes	16	549,132,90	4.250,00	103.142,79	1.960,00	660.485,69	418.334,90
2211	Multirisque Agricole	2	453.154,57	650,00	86.602,87	520,00	542.927,44	310.734,67
2212	Multirisque Betail	30	4.516.418,47	7.650,00	839.572,75	3.800,00	5.387.441,22	1.420.306,94
2214	Multirisque Agricole	1	47.804,37	250,00	9.130,34	80,00	57.264,71	25.408,34
2313	Multirisque Entreprise Agricole	1	3.221,36	250,00	659,56	80,00	4.210,92	1.712,16
2317	Assurances Engins Agricoles	24	2.447.145,09	6.150,00	466.126,11	6.120,00	2.925.541,20	1.176.800,03
Total :		74	8.018.876,76	19.200,00	1327234,42	12.560,00	9.577.871,18	3.353.297,04

Cestipoint de Production
 Signature du
 Chef D'agence



Saa

ETAT CONSOLIDE DES EMISSIONS NET AGENCE /PRODUIT

Edité le : 10- AVR-25 05:23:32

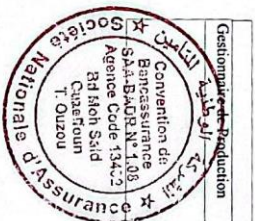
Du : 01 Janvier 2022

Au : 31 Decembre 2022

Page 1 de 1

Agence : 13402 ALE TIZI OUZOU
 Branche de : 12 Incendie & événements naturels
 4 23 Autres Assurances Agricoles

Code Produit	Produit	Nbre de contrat	Prime Nette	Acc	TVA	T.D	Prime Totale	REC
2111	Grêle_Incendie des Récoltes	14	607.730,11	3.600,00	116.152,78	1.720,00	729.202,89	554.387,95
2211	Multirisque Avicole	2	179.464,77	600,00	34.212,31	400,00	214.677,08	16.611,35
2212	Multirisque Bétail	61	12.060.019,98	15.450,00	2.294.339,86	7.760,00	14.377.569,84	5.975.183,61
2214	Multirisque Apicole	3	232.790,84	750,00	44.372,78	240,00	278.153,62	89.405,29
2313	Multirisque Entrepnse Agricole	5	129.342,39	1.250,00	24.812,57	520,00	155.924,96	22.522,72
2317	Assurances Engins Agricoles	15	1.669.958,46	3.900,00	318.033,14	3.120,00	1.995.011,60	797.154,60
Total :		100	14.879.306,55	25.550,00	2831923,44	13.760,00	17.750.539,99	7.455.265,52

Gestionnaire de Production	Signature du
 <p> Convention de Branchement de S.A.A-BAORD N° 1.008 Agence Code 13402 Rd Moh Said Quatrefoin T. Ouzou </p>	Chef D'agence

Saa

ETAT CONSOLIDE DES EMISSIONS NET AGENCE /PRODUIT

Edité le : 10- AVR-25-05:26:23

Page 1 de 1

Agence : 13402 ALE TIZI OUZOU
 Branche de : 12 Incendie & événements naturels
 4 23 Autres Assurances Agricoles

Du : 01 Janvier 2023

Au 31 Decembre 2023

Code Produit	Produit	Nbre de contrat	Prime Nette	Acc	TVA	T.D	Prime Totale	REC
2111	Grêle_Incendie des Récoltes	4	434.523,50	1.000,00	82.749,47	440,00	518.712,97	350.694,99
2211	Multirisque Avicole	3	853.927,06	950,00	164.326,67	560,00	1.020.763,73	363.898,53
2212	Multirisque Bétail	43	7.716.769,30	11.250,00	1.468.323,71	5.800,00	9.202.143,01	4.015.955,21
2214	Multirisque Apicole	5	442.954,03	1.250,00	84.398,80	520,00	529.122,83	258.265,04
2216	Multirisque Aquacole	1	733.989,81	500,00	139.553,06	520,00	874.562,87	318.864,42
2217	Mortalité Aquacole	1	14.496.650,00	500,00	2.754.458,50	520,00	17.252.128,50	9.404.150,00
2313	Multirisque Entreprise Agricole	7	314.270,19	1.850,00	60.062,79	1.400,00	377.582,98	45.433,85
2317	Assurances Engins Agricoles	5	823.490,79	1.250,00	156.700,82	920,00	982.361,61	257.488,28
Total :		69	25.826.574,68	18.570,00	4910573,82	10.680,00	30.766.378,50	15.014.750,32

Rece

Gestionnaire des Produits	Signature du
Convention de Rassurance S.A. ELAUR N° 1108 Agence Code 13402 Bd Moh Saïd Guzetoun T. Ouzou	Chef D'agence





RECAPE DE PRODUCTION NETTE D'ANNULATION ET DE

Code : 15A130

Agence : BADR TIZI OUZOU

Période du : 01/01/2019

Au : 31/12/2019

CODE	LIBELLE	Nbre	Prime Nette	CP	DTD	Prime Totale	REC	Comm.
PRODUIT GARANTIE								
2020100	décès / IAD		136 477,03					
101	TOTAL PRODUIT Assurance Emprunteur	2	136 477,03	500,00	80,00	137 057,03		
			91 316,74					
	0110100 Accident corporel							
	1810100 Assistance		774 611,41					
051	TOTAL PRODUIT Voyage	272	865 928,15	76 550,00	14 680,00	956 158,15		
	TOTAL GENERAL	274	1 002 405,18	76 050,00	14 760,00	1 093 215,18		



RECAPE DE PRODUCTION NETTE D'ANNULATION ET DE

Code : 15A130

Agence : BADR TIZI OUZOU

Période du : 01/01/2020

Au : 31/12/2020

CODE	LIBELLE	Nbre	Prime Nette	CP	DTD	Prime Totale	R.E.C	Comm.
PRODUIT GARANTIE								
2020100	décès / IAD		86 567,02					
101	TOTAL PRODUIT Assurance Emprunteur	10	86 567,02	500,00	80,00	87 147,02		
	0110100 Accident corporel		47 162,85					
	1810100 Assistance		347 079,80					
051	TOTAL PRODUIT Voyage	126	394 242,65	35 400,00	7 840,00	437 482,65		
	TOTAL GENERAL	136	480 809,67	35 900,00	7 920,00	524 629,67		



RECAPE DE PRODUCTION NETTE D'ANNULATION ET DE

Période du : 01/01/2021

Au : 31/12/2021

Code : 15A130

Agence : BADR TIZI OUZOU

CODE	LIBELLE	Nbre	Prime Nete	CP	DTD	Prime Totale	R.E.C	Comm.
PRODU GARANTIE								
2020100	دفعات التأمين / IAD		164 688,87					
101	TOTAL PRODUIT Assurance Emprunteur	7	164 688,87	1 250,00	200,00	166 138,87		
	0110100 Accident corporel		72 667,13					
	1810100 Assistance		766 651,90					
051	TOTAL PRODUIT Voyage	280	841 449,13	85 050,00	18 440,00	944 939,13		
	TOTAL GENERAL	287	1 006 138,00	86 300,00	18 640,00	1 111 078,00		



RECAPE DE PRODUCTION NETTE D'ANNULATION ET DE

Code : 15A130

Agence : BADR TIZI OUZOU

Période du : 01/01/2022

Au : 31/12/2022

CODE PRODUIT	GARANTIE	LIBELLE	Nbre.	Prime Nette	GP	DTD	Prime Totale	R.E.C	Comm.
101	2020100	décès / IAD		213 407,11					
		TOTAL PRODUIT Assurance Emprunteur	3	213 407,11	1 000,00	160,00	214 567,11		
	0110100	Décès accidentel		315,00					
	0110200	Invalidité Permanente Partielle		393,00					
	0120100	Frais médicaux		783,00					
	0120200	Prothèses dentaires		783,00					
	0120300	Bis de lunettes		393,00					
021		TOTAL PRODUIT Assurance Scolaire	8	2 667,00	1 500,00	240,00	4 407,00		
	0110100	Accident corporel		157 282,23					
	1810100	Assistance		1 644 243,65					
051		TOTAL PRODUIT Voyage	595	1 801 525,88	178 100,00	39 120,00	2 018 745,88		
	0110100	Accident corporel		3 049,92					
	1810100	Assistance		40 795,34					
052		TOTAL PRODUIT Voyage	4	43 845,26	1 050,00	240,00	45 135,26		
	0220100	Frais pharmaceutiques		14 664,00					
	2610100	Décès / IAD		240,00					
121		TOTAL PRODUIT Assurance santé individuelle	1	14 904,00	250,00	40,00	15 194,00		
		TOTAL GENERAL	611	2 076 349,25	181 900,00	39 800,00	2 298 049,25		



RECAPE DE PRODUCTION NETTE D'ANNULATION ET DE

Code : 15A130
Agence : BADR TIZI OUZOU

Période du : 01/01/2023

Au : 31/12/2023

CODE	LIBELLE	Nbre	Prime Nette	CP	DTD	Prime Totale	R.E.C	Comm.
2020100	décès / IAD		393 567,42					
101	TOTAL PRODUIT Assurance Emprunteur	12	393 567,42	4 500,00	400,00	398 467,42		
0110100	Décès accidentel		126,00					
0110200	Invalidité Permanente Partielle		157,20					
0120100	Frais médicaux		313,20					
0120200	Prothèses dentaires		313,20					
0120300	Brs de lunettes		157,20					
021	TOTAL PRODUIT Assurance Scolaire	5	1 066,80	1 500,00	120,00	2 686,80		
0110100	Accident corporel		258 116,60					
1810100	Assistance		2 516 829,89					
051	TOTAL PRODUIT Voyage	842	2 774 946,49	350 950,00	51 200,00	3 177 096,49		
0110100	Accident corporel		4 999,57					
1810100	Assistance		32 392,55					
052	TOTAL PRODUIT Voyage	2	37 392,12	1 100,00	160,00	38 652,12		
0110100	Accident corporel		93,17					
1810100	Assistance		516,83					
051	TOTAL PRODUIT Voyage tunisie	1	610,00	250,00	40,00	900,00		
	TOTAL GENERAL	862	3 207 582,83	358 300,00	51 920,00	3 617 802,83		

Guide d'entretien

Le thème : La bancassurance et ses perspectives en Algérie, cas BADR Tizi-Ouzou agence N°580

Stagiaires : KHELOUL Louiza

KASMI Sonia

Nom : Mme HESSAS

Poste : Bancassurance

Banque : BADR de Tizi-Ouzou agence N°580

Date de l'entretien :

Question N°1 : Quelle sont les défis (obstacles) rencontrés par la BADR ?

Question N°2 : Pourquoi ne pas élargir la gamme des produits d'assurance ?

Question N°3 : Est-ce que des formations sont régulièrement organisées pour le personnel au sein de la BADR ?

Question N°4 : Quelles sont les perspectives de développement de la bancassurance au sien de la BADR ?

Annexe n°14 :

"Dans le cadre de notre mémoire de fin d'études de Master 2 Finance des Banques et des Assurances à UMMTO, portant sur « La bancassurance et ses perspectives en Algérie », nous sollicitons votre aimable participation à ce questionnaire qui nous permettra d'enrichir notre recherche par votre expérience en tant que client de la BADR et d'évaluer votre perception des services de bancassurance."

Vous sentez-vous bien accueilli(e) lors de votre passage au guichet bancassurance ?

Satisfait Neutre Insatisfait

Le guichet est-il facilement accessible (horaires, localisation, files d'attente) ?

oui, tout à fait Neutre Pas du tout

Comment évaluez-vous la disponibilité et l'écoute du personnel au guichet ?

Excellent Moyen Faible

Les conseillers vous ont-ils fourni des réponses claires et compréhensibles ?

Toujours Parfois Jamais

Les informations sur les produits et services bancassurance vous ont-elles été présentées de façon claire ?

Oui, tout à fait Neutre Pas du tout

Avez-vous compris les conditions et les avantages des produits proposés ?

Oui Partiellement Non

Globalement, êtes-vous satisfait(e) des services reçus au guichet bancassurance ?

Très satisfait Neutre Insatisfait

Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la probabilité que vous recommandiez la BADR à votre entourage ?

Que pourrions la BADR améliorer pour mieux répondre à vos attentes au guichet bancassurance ?

.....
.....

**Police
en Projet**

Police - Assurances Engins Agricoles
N° : 13402 - -13804

Conditions Particulières

- Le présent contrat est régi tant par l'ordonnance 95/07 du 25/01/1995 relative aux assurances que par l'ordonnance 75.58 du 26 septembre 1975 du code civil ainsi que par les conditions générales, conventions spéciales S.A.A, et conditions particulières qui suivent.
- Le souscripteur reconnaît avoir reçu un exemplaire des conditions générales et conventions spéciales.
- Il déclare, en outre, que les informations ci-dessous sont conformes, sincères et faites de bonne foi.

Police

Unité 20 Direction Régionale TIZI OUZOU
Agence 13402 A.L.E TIZI OUZOU
Adresse TIZI OUZOU 15000 TIZI OUZOU
Téléphone Fax
Branche/Catégorie 2317 Assurances Engins Agricoles Contrat Ferme
Date d'effet 06/01/2025 Date d'échéance 05/01/2026

Assuré

Nom/Raison sociale Mr CHIKH
Adresse TALA ATHMANE 15000 TIZI OUZOU
Activité Agriculture Profession : Arboriculteur, Agriculteur
Observation

Souscripteur

Nom/Raison sociale : CHIKH Adresse TALA ATHMANE

Risque

1 TRACTEUR+BENNE
Adresse : TALA ATHMANE
Ville : 15000 TIZI OUZOU

Caractéristiques

Usage Matériel Agricole	Besoins Propres et des Tiers
Genre Matériel Agricole Roulant	Tracteur à Roue
Marque Engin	TIRSAM
Valeur Assurée	3.900.000,00 DA
Genre Matériel Agricole Attelé	benne agricole
Valeur Assurée	499.800,00 DA
Durée des Travaux Agricoles (Recours)	Plus de 3 Mois

Garanties	Capital	Taux	Prime
Incendie/Explosions			17.363,23
Vol (Marchandises/Equipements)		2,70?	7.127,68
<i>Franchise Absolue: 2 000 DA du Montant de l'Indemnité</i>	2.000,00		
Dommmages Accidentels		3,00 %	79.196,40
<i>Franchise Absolue: 2 500 DA du Montant de l'Indemnité</i>	2.500,00		
Extension: Recours Voisins&Tiers		16,00?	8.000,00

Décompte de prime

Prime Nette	Access.	T.V.A	Autres Taxes	Timbres	Prime Totale
111.687,31	250,00	21.268,09	0,00	80,00	133.285,40

Fait à TIZI OUZOU, le 25/02/2025

Pour la SAA

Le Souscripteur

POLICE Multirisque Bétail

N° : 13402 - -13843

Conditions Particulières

Le présent contrat est régi par l'ordonnance 95/07 du 25/01/1995 relative aux assurances que par l'ordonnance 75.58 du 26 septembre 1975 du code civil ainsi que par les conditions générales, conventions spéciales S.A.A, et conditions particulières qui suivent.
Le souscripteur reconnaît avoir reçu un exemplaire des conditions générales et conventions spéciales.
Il déclare, en outre, que les informations ci-dessous sont conformes, sincères et faites de bonne foi.

Police
en projet

Police

Unité 20 Direction Régionale TIZI OUZOU
Agence 13402 A.L.E TIZI OUZOU
Adresse TIZI OUZOU 15000 TIZI OUZOU
Téléphone Fax
Branche/Catégorie 2212 Multirisque Bétail
Date d'effet 26/02/2025 Date d'échéance 25/02/2026 Contrat Ferme

Assuré

Nom/Raison sociale Mr CLIENT
Adresse TIZI OUZOU 15000 TIZI OUZOU
Activité Agriculture Profession Eleveur
Observation

Souscripteur

Nom/Raison sociale ss Adresse ss

Caractéristiques Police

Dossier Incendie, DDE, Inondations et Temp
Présence Stock Pailles et Fourrages Oui
Valeur Totale Bétail 8.900.000,00 DA
Nombre Batiment 1
Type Construction Dur
Valeur Batiment 2.000.000,00 DA
Valeur Marchandises DA
Valeur Approvisionnements DA
Valeur Matériels d'Exploitation 600.000,00 DA
Valeur autres bâtiments DA
Groupe Electrogène (Oui / Non) Non
Valeur Groupe Electrogène DA
Installation Chauffage (Oui / Non) ? Non
Type Chauffage
Valeur Matériel Electrique 600.000,00 DA
Capital Recours des Voisins et des Tiers. 500.000,00 DA

Risque Assuré

Police flotte, liste des risques en annexe.

Garanties	Capital	Prime
Incendie/Explosions		34.500,00
Dégâts des Eaux		6.900,00
Franchise de 10 % avec un min de:	10,00	
Limite de Garantie	2.875.000,00	
Extension : Inondations		6.900,00
Franchise de 10 % avec un min de:	10,00	
Limite de Garantie	2.875.000,00	

Police
en Projet

Police - Multirisque habitation (R.S)
N° : 13402 - -13810

Conditions Particulières

- Le présent contrat est régi tant par l'ordonnance 95/07 du 25/01/1995 relative aux assurances que par l'ordonnance 75.58 du 26 septembre 1975 du code civil ainsi que par les conditions générales, conventions spéciales S.A.A, et conditions particulières qui suivent.
- Le souscripteur reconnaît avoir reçu un exemplaire des conditions générales et conventions spéciales.
- Il déclare, en outre, que les informations ci-dessous sont conformes, sincères et faites de bonne foi.

Police

Unité 20 Direction Régionale TIZI OUZOU
Agence 13402 A.L.E TIZI OUZOU
Adresse TIZI OUZOU 15000 TIZI OUZOU
Téléphone Fax
Branche/Catégorie 1221 Multirisque habitation (R.S) Contrat Ferme
Date d'effet 26/02/2025 Date d'échéance 25/02/2026

Assuré

Nom/Raison sociale Mr CLIENT
Adresse TIZI OUZOU 15000 TIZI OUZOU
Activité Services Profession : Huissier
Observation

Souscripteur

Nom/Raison sociale : KK Adresse KK

Caractéristiques Police

Nature du client Particulier
Type Tarif MH Tarif Normal
Nombre Maximal d'interventions Dépannage à domicile Trois (03) interventions par an et par garantie
Pour un dépannage à domicile, appelez "SAA Assistance sur le N° 021 98 00 51

Habitation

1 HABITATION
Adresse : TO
Ville : 15000 TIZI OUZOU

Caractéristiques

Qualité Assuré Propriétaire
Nombre de pièces 5
Type habitation Appartement dans petit immeuble résidentiel/Petit vil
Lieu du Site Tizi Ouzou A: B
Surface développée 100,00 m²
Infiltration d'eau à travers terrasse Oui

Garanties

	Capital	Taux	Prime
Incendie explosions			240,00
Limite Frais de démolition (% de l'indemnité)	5,00		
Franchise sur Dommages Electriques	1.000,00		
Limite Honoraires Expert (% de l'indemnité)	5,00		
Limite Perte Indirecte (% de l'indemnité)	5,00		
Limite privation de jouissance	500.000,00		
Limite responsabilité locale	500.000,00		
Limite Recours Voisins et tiers <=	1.000.000,00		
Valeur Bâtiment	1.000.000,00		
Valeur contenu	250.000,00		

**Police
en Projet**

**Police - Multirisque habitation (R.S)
N° : 13402 - -13810
Conditions Particulières**

Habitation					
1 HABITATION					
Garanties	Capital	Taux	Prime		
Vol (Marchandises/Equipements)	250.000,00		150,00		
<i>Valeur Assurée</i>	<i>250.000,00</i>				
<i>Limite détérioration immobilière</i>	<i>50.000,00</i>				
Dégâts des Eaux			135,00		
<i>Limite Bâtiment (50% valeur bâtiment)</i>	<i>500.000,00</i>				
<i>Limite Contenu</i>	<i>250.000,00</i>				
<i>Limite privation de jouissance</i>	<i>500.000,00</i>				
<i>Limite Recours Voisins et tiers <=</i>	<i>100.000,00</i>				
Bris de Glaces	20.000,00		36,00		
<i>Valeur Assurée</i>	<i>20.000,00</i>				
Responsabilité Civile			36,00		
<i>Franchise Dommages Matériels</i>	<i>1.000,00</i>				
<i>Limite Dommages Corporels par année d'assurance</i>	<i>1.000.000,00</i>				
<i>Limite Dommages Matériels par année d'assurance</i>	<i>500.000,00</i>				
Extension : Infiltration d'eau à travers terrasse			56,25		
<i>Limite de la Garantie</i>	<i>25.000,00</i>				
Dépannage à Domicile			250,00		
<i>Limite Electricité par événement :</i>	<i>10.000,00</i>				
<i>Limite plomberie extérieure (Maisons individuelles seulement) par évène</i>	<i>10.000,00</i>				
<i>Limite plomberie intérieure par événement :</i>	<i>10.000,00</i>				
<i>Limite Vitrierie et serrurerie par événement :</i>	<i>10.000,00</i>				
Décompte de prime					
Prime Nette	Access.	T.V.A	Autres Taxes	Timbres	Prime Totale
903,25	250,00	219,12	0,00	,00	1.372,37

Fait à TIZI OUZOU, le 25/02/2025
Le Souscripteur

Pour la SAA

**Police
en Projet**

Police - Catastrophes naturelles - Immobiliers (R.S)

N° : 13402 - -13839

Conditions Particulières

- Le présent contrat est régi tant par l'ordonnance 95/07 du 25/01/1995 relative aux assurances que par l'ordonnance 76.58 du 28 septembre 1975 du code civil ainsi que par les conditions générales, conventions spéciales S.A.A, et conditions particulières qui suivent.

- Le souscripteur reconnaît avoir reçu un exemplaire des conditions générales et conventions spéciales.

- Il déclare, en outre, que les informations ci-dessous sont conformes, sincères et faites de bonne foi.

Police

Unité 20 Direction Régionale TIZI OUZOU
Agence 13402 A.L.E TIZI OUZOU
Adresse TIZI OUZOU 15000 TIZI OUZOU
Téléphone Fax
Branche/Catégorie 1200 Catastrophes naturelles - Immobiliers (R.S) Contrat Ferme
Date d'effet 26/02/2025 Date d'échéance 25/02/2026

Assuré

Nom/Raison sociale Mme HESSAS
Adresse CITE 40 LOGTS BATIMENT DES ENSEIGNANTS 15000 TIZI OUZOU
Activité Finances (banques, Assurances) Profession : Banquier
Observation

Souscripteur

Nom/Raison sociale : HESSAS Adresse CITE 40 LOGTS BATIMENT DES ENSEIGNANTS

Caractéristiques Police

Nature du client Particulier

Objet

1 HABITATION

Adresse : CITE 40 LOGTS BATIMENT DES ENSEIGNANTS
Ville : 15000 TIZI OUZOU

Caractéristiques

Qualité de l'Assuré	Propriétaire (Immobilier)
Type de construction	Logement Collectif
Nombre de pièces	3
Usage	Habitation
Année de construction	1990
Superficie globale de la construction	45,59 m ²
Zone Sismique	Boumerdes A:
Code Géographique	15-TIZI OUZOU
Normes parasismiques	Construction conforme
Permis de construire	Oui
Nature de l'Acte de la construction	Acte Administratif

Garanties	Capital	Taux	Prime
8431.1 CAT-NAT Immobilier	6.100.000,00	0,75?	4.575,00
Valeur Assurée	6.100.000,00		
Minimum de franchise habitation	30.000,00		
Limite de la Garantie	4.880.000,00		
Prime de base	4.575,00		
Prime Nette	4.575,00		

**Police
en Projet**

Police - Catastrophes naturelles - Immobiliers (R.S)

N° : 13402 - -13839

Conditions Particulières

Décompte de prime					
Prime Nette	Access.	T.V.A	Autres Taxes	Timbres	Prime Totale
4.575,00	250,00	0,00	0,00	120,00	4.945,00

Fait à TIZI OUZOU, le 25/02/2025

Le Souscripteur

Pour la SAA

A horizontal orange banner with rounded corners and a scroll-like effect on the left and right sides. The text is centered on the banner.

Table des matières

Table des matières

REMERCIEMENT

DEDICACE

Introduction générale	1
Chapitre I : Cadre théorique de la bancassurance	5
INTRODUCTION.....	5
SECTION 1 : LE CONCEPT DE LA BANQUE ET LE CONCEPT DE L'ASSURANCE	5
1. Le concept de la banque	5
1.1. Définition générale	5
1.1.1. Définition juridique	6
1.1.2. Définition économique	6
1.2. Types de la banque	7
1.2.1. Banque de dépôts	7
1.2.2. La banque d'affaire	7
1.2.3. La banque commerciale.....	7
1.3. Les principales fonctions et rôle de la banque.....	8
1.3.1. Collecte des dépôts	8
1.3.2. Octroi de crédits.....	8
1.3.3. Gestion des moyens de paiement	8
1.3.4. Intermédiation financière	8
1.4. Le bilan de la banque	10
1.4.1. Analyse du bilan des banques.....	10
1.4.2. Activités des banques sur le marché interbancaire	10
2. Le concept de l'assurance.....	10
2.1. Définition générale	10
2.1.1. Définition économique	11
2.1.2. Définition technique.....	11
2.2. Les éléments d'une opération d'assurance	11
2.2.1. Le risque.....	11
2.2.2. La prime (cotisation).....	11
2.2.3. L'indemnité (la prestation de l'assureur)	12
2.2.4. La compensation	12
2.3. Le rôle de l'assurance.....	12
2.3.1. Rôle social.....	12
2.3.2. Rôle économique	13
2.3.3. Le rôle financier de l'assurance	13
2.3.4. Rôle de prévention	13
2.4. Les fondements techniques de l'assurance	13
2.4.1. Organisation de la mutualité	14
2.4.2. Moyens d'équilibre de l'opération	14
A. Les moyens internes.....	14
B. Les moyens externes	15
SECTION 2 : LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE.....	16
1. Présentation de la bancassurance	16

1.1.	Définition de la bancassurance	16
1.2.	Origine de la bancassurance	17
2.	La bancassurance dans le monde.....	18
2.1.	Italie	18
2.2.	Pologne.....	18
2.3.	Royaume-Uni.....	18
2.4.	Allemagne	18
3.	Les produits distribués par la bancassurance.....	19
3.1.	Les produits intégrés à l'offre bancaire	19
3.2.	Les produits purement assurantiels proposés par les banquiers.....	19
3.2.1.	Assurance de personne	19
A.	Assurance vie	20
B.	Assurance temporaire décès	20
C.	Garantie Accident de la Vie (GAV).....	21
3.2.2.	Assurance des biens	21
A.	Assurance multirisque habitation	21
B.	Assurance automobile.....	21
3.2.3.	Assurance dommage.....	22
A.	Assurance-crédit	22
B.	Assurance des moyens de paiement	22
C.	Assurance juridique.....	22
D.	Assurance voyage.....	22
4.	La nature des produits distribués	23
SECTION 3 : LES SPECIFICITES DE LA BANCASSURANCE		23
1.	Avantages de la bancassurance	23
1.1.	Avantage pour l'assureur.....	23
1.2.	Avantage pour le consommateur	24
1.3.	Avantage pour le législateur	24
1.4.	Avantages pour la banque.....	25
2.	Les limites et risques de la bancassurance.....	25
2.1.	Pour les banques.....	26
2.1.1.	Les limites économiques.....	26
A.	Une expansion bornée.....	26
B.	La substitution des produits bancaires	26
C.	La riposte des assureurs	27
D.	L'émergence de nouveaux canaux de distribution des produits d'assurance	28
E.	Les constructeurs automobiles	28
2.1.2.	Les limites psychologiques.....	29
A.	La divergence de cultures commerciales.....	29
B.	Les risques sur l'image de la banque	30
2.1.2.	Les limites techniques	30
2.2.	Pour les assureurs.....	31
2.2.1	Le transfert du centre de décision	32
2.2.2.	Le traitement des sinistres et la sélection des risques	32
2.2.3.	Le secret bancaire	32
2.3.	Pour l'Etat.....	33

2.3.1	Les effets sur le niveau de solvabilité (double effet de levier).....	33
2.3.2	L'aléa moral.....	33
2.3.3	Restreindre la concurrence.....	34
2.3.4	Le risque de contagion.....	34
3.	Les facteurs clés du succès des bancassurances.....	34
3.1.	Facteurs exogènes	35
3.1.1.	L'environnement.....	35
3.1.2.	L'image sur le marché	35
3.1.3.	Le comportement des consommateurs	35
3.1.4.	Le taux de pénétration de l'assurance.....	36
3.2.	Facteurs endogènes	36
3.2.1.	Le réseau de distribution	36
A.	Les caractéristiques des produits d'assurance commercialisés.....	37
B.	Les modèles retenus	37
	CONCLUSION.....	38
Chapitre II : Etat des lieux de la bancassurance		39
INTRODUCTION.....		39
SECTION 1 : EVOLUTION DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE		39
1.	Emergence de la bancassurance en Algérie	39
2.	Le cadre réglementaire régissant les activités de la bancassurance	40
2.1.	Références législatives et réglementaires.....	40
2.2.	Autres Dispositions.....	40
3.	Produits de Bancassurance en Algérie.....	41
4.	L'évolution de la bancassurance en Algérie	42
SECTION 2 : LES STRATEGIES, ENJEUX ET DEFIS DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE		44
1.	Les stratégies de la bancassurance en Algérie	45
1.1.	Cadre réglementaire favorable à la bancassurance	45
1.2.	Partenariats stratégiques entre banques et compagnies d'assurance	45
1.3.	Exploitation des réseaux bancaires pour une distribution élargie	45
1.4.	Enrichissement de l'offre par le développement de l'assurance vie	45
1.5.	Contribution à la modernisation du marché financier algérien	46
2.	Les enjeux de la bancassurance en Algérie	46
2.1.	Les enjeux de la bancassurance pour les banques en Algérie	46
2.2.	Les enjeux de la bancassurance pour les compagnies d'assurance en Algérie	47
2.3.	Les enjeux de la bancassurance pour les clients en Algérie	47
2.4.	Enjeux macroéconomiques de la bancassurance en Algérie	48
3.	Les défis de la bancassurance en Algérie	48
3.1.	Faible densité et accessibilité limitée des réseaux bancaires	49
3.2.	Faible développement de l'assurance des personnes lié à des facteurs culturels et sociaux.....	49
3.3.	Manque de synergie et de stratégie commune entre banques et assureurs... ..	49
3.4.	Retard dans la digitalisation et l'innovation des services	49
3.5.	Insuffisance de formation et de compétences spécialisées.....	50
3.6.	Nécessité d'un cadre réglementaire adapté et évolutif.....	50

SECTION 3 : LES PERSPECTIVES POUR LE DEVELOPPEMENT DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE.....	50
1. Réformes réglementaires et juridiques	50
1.1. Établissement d'un cadre juridique spécifique	50
1.2. Élargissement de la gamme des produits distribuables	51
1.3. Simplification de la supervision	51
2. Innovations organisationnelles et culturelle.....	51
2.1. Modèles de partenariat évolutifs.....	51
2.2. Intégration des systèmes d'information.....	51
2.3 Développement des compétences	51
3. L'InsurTech comme catalyseur de la bancassurance	52
3.1. Intégration des solutions InsurTech	52
3.2. Technologies transformatives	52
3.3. Modernisation de l'expérience client	52
4. Transformation digitale.....	52
4.1. Développement des canaux digitaux.....	52
4.2. Automatisation des processus	53
4.3. Exploitation du big data et de l'intelligence artificielle.....	53
5. Amélioration de l'expérience client.....	53
5.1. Simplification des parcours clients	53
5.2. Personnalisation de la relation client	53
5.3. Gestion efficace des sinistres	53
CONCLUSION	54
Chapitre III : Stratégie de la BADR en bancassurance : bilan, défis et perspectives.....	55
INTRODUCTION.....	55
SECTION 1 : PRESENTATION ET HISTORIQUE DE LA BADR TIZI-OUZOU AGENCE N° 580 ...	55
1. Présentation de la banque BADR Tizi-Ouzou agence N°580.....	55
1.1. Le front office	55
1.2. Le back office.....	55
1.3. Les différents services de la BADR.....	56
1.4. Organisation générale de la BADR.....	56
2. Evolution de l'activité la BADR	56
2.1. Etape d'évolution de la BADR	57
3. Les mission et objectifs de la BADR.....	60
3.1. Les missions de la BADR	60
3.2. Les objectifs de la BADR	60
SECTION 2 : PRESENTATION DES ACCORDS DE COOPERATION BADR-SAA ET BADR-AMANA.....	61
1. La pratique de la bancassurance au sien de la BADR	61
1.1. La convention de distribution des produits d'assurance	61
1.2. Présentation de la SAA.....	62
1.2.1. Les Activités de la SAA.....	64
1.2.2. Les produits de la SAA	64
1.3.1. Les activités d'AMANA assurance.....	66
1.3.2. Réseau d'AMANA ASSURANCE.....	66
1.3.3. Les concurrents d'AMANA assurance	67

SECTION 3 : LA PRATIQUE DE LA BANCASSURANCE AU SEIN DE LA BADR DE TIZI-OUZOU 70

1. Analyse des résultats chiffres obtenue au sein de la BADR	70
1.1. La part des commissions transférées par les associés de la BADR de Tizi-Ouzou	70
(SAA / AMANA) durant la période (2019-2023)	70
1.1.1. Le calcul des commissions transférées par la SAA durant la période (2019-2023)	70
1.1.2. Le calcul des commissions transférées par AMANA durant la période (2019/2023).....	78
1.1.3. Analyse comparative des contrats d'assurance SAA et AMANA Agence BADR de Tizi-Ouzou (2019-2023)	86
2. Analyse empirique et évaluation de la qualité de service :	88
A. Quelle sont les défis rencontrés par la BADR TIZI-OUZOU N°580 ?	88
B. Pourquoi ne pas élargir la gamme des produits d'assurance ?	89
C. Est-ce que des formations sont régulièrement organisées pour le personnel au sein de la BADR ?	89
D. Quelle sont les perspectives de développement de la bancassurance au sein de la BADR ?.....	89
3. PRESENTATION DES RESULTATS D'UNE ENQUETE PAR UN QUESTIONNAIRE MENER AVEC LES CLIENTS DE LA BADR N°580.....	90
A. ACCUEIL ET ACCESSIBILITE.....	90
B. QUALITE DU SERVICE ET DISPONIBILITE DU PERSONNEL	90
C. INFORMATION ET COMPREHENSION DES PRODUITS	90
D. SATISFACTION GLOBALE ET RECOMMANDATION.....	90
E. AXES D'AMELIORATION IDENTIFIES	90
CONCLUSION	91
Conclusion générale.....	93

BIBLIOGRAPHIE

Annexes

Résumé

Le secteur bancaire et le secteur de l'assurance constituent les piliers fondamentaux du financement de l'économie, leur degré de développement déterminant largement le progrès économique d'un pays. La frontière traditionnelle entre ces deux métiers s'est progressivement estompée avec l'émergence du modèle de la bancassurance, définie comme la distribution de produits d'assurance à travers les réseaux bancaires, combinant ainsi la puissance du réseau bancaire avec une forte proximité clientèle. L'Algérie a adopté cette stratégie par le biais d'accords entre banques et compagnies d'assurance. La BADR s'est positionnée comme l'un des leaders de la bancassurance en Algérie grâce à ses partenariats stratégiques avec la SAA, premier opérateur national d'assurance, et AMANA Assurances. L'étude de l'agence BADR de Tizi-Ouzou N°580 permet d'analyser concrètement la mise en œuvre de ces partenariats BADR-SAA et BADR-AMANA, d'évaluer leur efficacité opérationnelle et d'identifier les perspectives d'évolution de la bancassurance dans le contexte économique algérien. Les résultats encourageants enregistrés ces dernières années témoignent du potentiel de développement de ce modèle intégré de services financiers.

Mots clés : Banque, Assurance, Bancassurance, Contrat d'assurance, Convention, Commission, Garantie, Développement

Abstract

The banking sector and the insurance sector constitute the fundamental pillars of economic financing, with their degree of development largely determining a country's economic progress. The traditional boundary between these two professions has gradually faded with the emergence of the bancassurance model, defined as the distribution of insurance products through banking networks, thus combining the power of the banking network with strong customer proximity. Algeria has adopted this strategy through agreements between banks and insurance companies. BADR has positioned itself as one of the leaders of bancassurance in Algeria thanks to its strategic partnerships with SAA, the leading national insurance operator, and AMANA Assurances. The study of the BADR agency in Tizi-Ouzou N°580 allows for concrete analysis of the implementation of these BADR-SAA and BADR-AMANA partnerships, to evaluate their operational efficiency and identify the development prospects of bancassurance in the Algerian economic context. The encouraging results recorded in recent years testify to the development potential of this integrated financial services model.

Keywords: Bank, Insurance, Bancassurance, Insurance Contrat, Convention, Commission, Coverage, Development