

UNIVERSITE ABDERAHMANE MIRA DE BEJAIA

Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de
gestion

Département des sciences économiques



*Mémoire Présenté Pour L'obtention Du Diplôme De Master En
Sciences Économique*

Option : Monnaie, banque et environnement international.

THEME :

La Bancassurance en Algérie.

**« Enquête par questionnaire auprès des agences bancaires de la
wilaya de Bejaia »**

Réalisé par :

- M^{elle}. Berbache Lynda.
- M^{elle} Bakiri Fouzia.

Devant le jury composé de :

Président (e) : **Mme Assoul Dalila**

Examineur: **Mr Idiri Yanis**

Rapporteur: **Mr Lalali Rachid**

ANNEE UNIVERSITAIRE 2015 / 2016

REMERCIEMENT

Nos plus vifs remerciements s'adressent à M^r Rachid LALALI, notre Promoteur, pour ces orientations, sa disponibilité, son aide et ses enseignements Si précieux.

Nous remercions également les membres du jury d'avoir lu et jugé ce mémoire.

Une grande pensée à toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail

D é d i c a c e s

A ma mère et à mon père qui m'ont légué la verve de la connaissance et à qui je dois toute la reconnaissance ;

A mes frères et à ma sœur avec qui j'ai passé les meilleurs moments de mon existence ;

A tous ceux qui sont épris du savoir et de la connaissance et qui n'ont pas eu la chance d'emprunter les chemins de l'école.

Lynda

D é d i c a c e s

Je dédie ce modeste travail :

A mes très chers parents que dieu me les protège ;

A mes chères sœurs et frères avec qui j'ai passé les meilleurs moments de mon existence ;

A ma famille paternelle et maternelle ;

A mes amis (e) sans exception ;

A tous ceux qui me sont chers, sans oublier mon fillançé
« Nassim » ;

Je remercie ALLAH de m'avoir aidé pour arriver de ce que je suis maintenant.

FOUZIA

SOMMAIRE

Remerciement

Dédicace

Liste des abréviations Sommaire

Introduction générale-----

Chapitre I : Généralités sur les banques et les assurances----- 04

Introduction ----- 04

Section I : présentation de banque et ses métiers ----- 04

Section II : présentation de l'assurance et ses métiers ----- 09

Section III : Le rapprochement entre la banque et l'assurance----- 13

Conclusion ----- 20

Chapitre II : Bancassurance en Algérie ----- 21

Introduction ----- 21

Section I: Analyse de la bancassurance en Algérie ----- 21

Section II: les enjeux de bancassurance en Algérie ----- 35

Section III : évolution de la bancassurance en Algérie ----- 44

Conclusion----- 50

Chapitre III : Analyse de bancassurance dans la wilaya de Bejaia

Introduction

Section I : présentation et méthodologie de recherche ----- 51

Section II : l'analyse et interprétation de résultat du questionnaire ----- 57

Section III : Les obstacles et recommandations de la bancassurance en Algérie----- 77

Conclusion ----- 79

Conclusion générale ----- 80

Bibliographie

Introduction générale

INTRODUCTION GENERAL

Parmi le développement les plus importants dans le secteur des services financier depuis quelques années est l'essor de la bancassurance.

La mondialisation a engendrer une déréglementation des activités financières, les marches sont devenus de plus en plus en progrès, ce développement enjointre une perte d'un grand nombre de clients de la banque. Cette dernière l'une des victimes des transformations financier, elle risque de disparaître complètement sur le marché, à cette effet, la banque est devenue associée avec l'assurance, créant, ainsi, la bancassurance.

L'assurance représente un intérêt pour les individus, en raison son importance dans l'économie moderne. Ainsi son rôle d'amortisseur des pertes enjointre, suite à un sinistre, son activité est devenue de plus en plus compliquée. L'assurance est considéré par la banque comme une source de nouvelles activités.

La banque et l'assurance ont vécu séparées . l'apparition d'un nouveau concept a fait disparaître cette délimitation. Les deux acteurs ont senti l'importance de s'associer. L'intérêt principal consiste à commercialiser des produits d'assurance à travers les guiches de la banque.

L'assemblage entre banquiers et assureurs pour la distribution des produits d'assurance est une source pour les deux métiers en particulier, et pour les pays en générale. Ce rapprochement semble être justifié, malgré chacun de ces deux acteurs est destiné pour des clients précis. Mais petit à petit et suite au degré de leur développement, elles ont abordé des chemins stratégiques pour s'ouvrir vers une clientèle diversifiée.

La bancassurance est un créneau, apparu pour la première fois durant les années 70 et le début des années 80, aux Etat Unis. Un phénomène Devenu indispensable par leur importance ; sur la qualité des produits proposés, la gestion et la distribution de ces produits, la bancassurance doit forcément abouter son activité et répondre aux mutations d'une société qui devient de plus en plus potentielle.

En Algérie , le concept de la bancassurance lancé par la caisse nationale d'épargne et prévoyance en 2009, a permis d'attirer un nombre important de souscripteurs ces dernières années. La bancassurance consiste à proposer, commercialiser et vendre avec succès des polices d'assurance vie, à travers un réseau bancaire. Un environnement favorable peut être

considéré comme facteur de succès, c'est-à-dire, la réglementation relative à la bancassurance et la situation des autorités par rapport à son développement, qui influencent les conditions de succès de modèle bancassurance dans un pays.

En Algérie, le législateur algérien, conscient de l'irréversibilité de développement de la bancassurance dans le monde, n'a pas manqué de l'intégrer dans la loi n° 06-04 du 26 février 2006 (art : 53), modifiant et complétant l'ordonnance 95-07(art : 252).

Dans le cadre de notre travail, nous allons traiter la bancassurance à travers les raisons qui ont incité les banques à commercialiser les contrats d'assurance et de comprendre dans quel contexte et selon quelles logiques les banques ont été amenées à franchir la frontière traditionnelle des activités de banque et d'assurance. En outre, notre travail essaiera d'analyser la bancassurance à travers l'état de son développement et surtout des entraves qui bloquent son développement.

La question centrale à laquelle nous sommes intéressées consiste à mettre en exergue l'état du développement de la bancassurance en Algérie. Pour cela, nous avons formulé un certain nombre de questions secondaires.

1. Quel bilan peut-on dresser de la bancassurance en Algérie ?
2. Qu'en est-il des principaux obstacles qui entravent encore son développement ?
3. Quelles recommandations peut-on formuler pour permettre son développement ?

Notre travail sera guidé par deux hypothèses principales :

H1 : la bancassurance permet aux banques de diversifier la gamme des produits qu'elle offre et de mieux rentabiliser leurs portefeuilles ;

H2 : une sensibilisation de la population sur la nécessité de l'assurance peut développer la bancassurance ;

Méthodologie

Ainsi notre travail est présenté en trois grands chapitres :

Le thème choisi « La bancassurance en Algérie » s'inscrit dans une nouvelle activité qui semble être une innovation dans le système financier algérien.

Le premier chapitre de ce travail présentera la configuration des deux métiers essentiels à la bancassurance, la banque et l'assurance, plutôt(il) est structuré autour de trois sections :

- La première section abordera le métier bancaire et ses fondements ;
- La deuxième section met en avant la présentation du métier de l'assurance ;
- La troisième section s'intéressera au rapprochement entre les deux activités.

Le deuxième chapitre de ce travail présentera la bancassurance en Algérie, il est aussi composé de trois sections :

- La première section se consacrera à l'analyse de la bancassurance en Algérie
- La deuxième section analysera les enjeux de la bancassurance
- La troisième section présentera l'évolution de la bancassurance en Algérie.

Enfin, le troisième chapitre sera réservé au traitement de la bancassurance dans la wilaya de Bejaia, il est subdivisé comme suit :

- La première section présentera la méthodologie de notre enquête recherche ;
- Dans la deuxième section nous allons faire une analyse et interprétation des résultats du questionnaire ;
- La troisième section traitera les obstacles et les recommandations de la bancassurance en Algérie ;

Chapitre I:

La configuration des acteurs de la bancassurance

Introduction :

Les sociétés d'assurance et l'établissement de crédit sont considérés comme des intermédiaires financiers qui se sont développés depuis deux cents ans. Ces deux métiers se sont développés séparément dans les clientèles grandes publiques depuis les années « 1950 » avec la mensualisation des salaires pour la banque et l'accès généralisé à l'automobile pour l'assurance.

A cet effet, nous exposerons dans ce premier chapitre une présentation de la banque et ses métiers d'une part et de l'assurance et ses métiers d'une autre part.

Section I : présentation de la banque et ses métiers**1. Définition de la banque**

La banque est un établissement de crédit pouvant effectuer toutes opérations de recevoir des dépôts, accorder des crédits tout type de clientèle et pour toute durée mettre en place et gérer des moyens de paiement, effectuer des opérations connexes à son activité principale, change conseils et gestion en matière de placement conseils et gestion en matière de patrimoine pour les particuliers conseils et gestion ou service des entreprises¹.

2. le rôle et caractéristique de la banque:

L'activité essentielle des banques est de jouer le rôle d'intermédiaire entre les détenteurs et les demandeurs des capitaux² :

2.1. La gestion de l'argent de clients :

Une banque est une institution financière qui se charge de la gestion de l'argent des clients et le traitement de leurs activités commerciales en les facilitant et pour attirer le plus grand nombre de clients, les banques proposent des services financiers annexés concurrentiels pour inciter les gens à déposer l'argent chez eux.

¹ .S.De coussergues, gestion de la banque, Dunod, Paris, 2002, p01

² LAMHENE. S et SAIDOUNE. O : contribution à l'étude de la bancarisation et de la collecte des ressources en Algérie .cas des banques de la wilaya de Bejaia, mémoire de magister en science économique, université de Bejaia 2003, p58-60-61.

2.2. Acceptation des dépôts

Une collecte et réserves l'argent du gens sous forme de dépôts qui sont généralement remboursable sur demande ou après l'expiration d'un délai fixe .Le dépôt de l'argent dans ces institutions financières donne plus de sécurité aux clients.

2.3. Accord des crédits

La banque prête de l'argent a ceux qui en besoin sous forme de crédits bancaire contre des intérêts et des garanties. C'est l'activité bancaire la plus rentable car elle représente plus des deux tiers des recettes des banques.

2.4. Facilité des opérations des paiements

Un des services sur lequel se basent les banques, pour attirer le plus grand nombre de client, sont les devers moyen de paiement qu'elles proposent à leurs client : les cartes bleus, les chèques bancaire, les virements bancaire, guichet automatique.

3. Les métiers de la banque

En réalité les banques se spécialisent en fonction de leurs miter principal et de leurs clientèle, en distingue ainsi :

3.1. Les Banque de détail

Une banque de détail est une banque qui exerce une activité de collecte de dépôts, de distribution de crédits et de gestion de moyens de paiement à destination d'une clientèle individuelle composée notamment des particuliers, des professions libérales et des entreprises de petite taille (commerçants, artisans,...)³.

Elle distribue une gamme de produits au de service spécialement conçu pour ce type de clientèle que les comptes d'épargne, les comptes courants, moyen de paiement, crédits service diverge dons la bancassurance

³ Belkadi S. : les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie, mémoire de magistère en science économique, université de Tizi ouzou, p 10-11

3.2. Les banques de dépôt

Sont des banques qui ont le droit de recevoir des dépôts de la part de leur clientèle. La majorité des banques ont cette possibilité de collecte. Toutefois, certaines banques spécialisées, qui se sont vues attribuer des prérogatives et parfois des avantages par les pouvoirs publics, peuvent se voir interdire cette faculté de recevoir des dépôts⁴.

3.3. Les banques d'investissement

Une **banque de financement et d'investissement** appelée également banque d'affaire. Est un établissement financier spécialisé dans les opérations de marché (trading, introduction en Bourse, placement de dette, etc.) et de conseil (fusion-acquisition). Il ne s'agit pas d'une banque dont les activités sont tournées vers les particuliers (dépôts, épargne). Elle travaille plutôt avec d'autres sociétés (entreprises non financières, banques, fonds de pension, fonds d'investissement, etc.). Banque ayant pour mission de conseiller et d'accompagner les clients fortunés de grandes entreprises, voire des Etats, dans leurs activités et leurs investissements financiers⁵.

3.4. Les banques privées

Une **banque privée** est un établissement financier spécialisé, ou une filiale d'une banque généraliste, travaillant principalement avec des clients fortunés. Offre un service plus personnel, les banques privées proposent une gamme de services autour de la gestion de patrimoine, allant de l'assistance fiscale et successorale aux propositions d'investissements sur-mesure (private equity, produits structurés, hedge funds, etc.). De tels services sont proposés à des clients disposant d'une surface financière élevée ; selon les établissements, les montants minimums requis vont de plusieurs centaines de milliers d'euros à plusieurs millions d'euros⁶.

3.5. Les banques mutualiste ou coopérative

Créé pour que la banque appartienne à ses clients, la banque mutualiste ou coopérative fonctionne selon un principe simple : pas d'actionnaires, les clients possèdent leur banque

⁴ WWW. Trader-finance.FR, lexique finance, B.

⁵ Belkadi S. : les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie, mémoire de magistère en science économique, université de Tizi ouzou, p 10-11

⁶ Idem

Les banques mutualistes sont, à côté des banques commerciales ou publiques, des banques qui appartiennent à leurs clients, il n'y a aucun actionnaire. Les banques mutualistes sont détenues par leurs clients qui peuvent être des personnes physiques ou morales. Egalement appelée **banque coopérative**, la banque mutualiste se caractérise ainsi par deux éléments principaux : les clients sont propriétaires de leur banque et ils sont à la fois associés et usagers. Par conséquent, les dividendes versés par la **banque coopérative** chaque année reviennent en partie aux clients de la banque⁷.

3.6. La banque solidaire

Une banque solidaire est un établissement dont la fonction est de récolter des dépôts et d'octroyer des crédits dans le cadre d'une relation équilibrée entre les parties et dont le but est principalement de soutenir l'innovation secondaire⁸

4. Typologie des fonctions bancaires

En essayant de Percier la relation entre la fonction et la structure concrète correspondante de la banque, nous adopterons la typologie des fonctions en six grandes classes⁹ :

4.1. Les fonctions de direction générale

Elles consistent à définir la stratégie de la banque .Les membres de la DG « direction Générale » sont souvent bien connus et bien identifiés dans les établissements. Une bonne organisation des structures de direction, nécessite une étude réfléchie et parfois des restructurations.

4.2. Les fonctions commerciales et assimilées

Elles regroupent la recherche de la clientèle, le placement de produits et services bancaire, le montage d'opérations commerciales ou financières, mais aussi l'entretien et le développement des relations avec la clientèle existante.

⁷ Belkadi S. : les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie, mémoire de magistère en science économique, université de Tizi ouzou, p 10-11

⁸ Idem

⁹ .p.Dupuch, La banque : un essai d'organisation les Editions, Paris, 1990 pp155-158.

4.3. Les fonctions d'exécution

Sont comprises dans cette catégorie, toutes les tâches qui sont le prolongement direct de l'activité commerciale .ces tâches de caractère souvent répétitif sont exécutées par des services qui n'ont pas de responsabilités commerciales, mais seulement des responsabilités techniques, par délégation.

4.4. Les fonctions d'intendance générale

Comme pour les services d'exécution elles ne sont pas le prolongement direct de l'activité bancaire .elles consistent :

Soit à effectuer certaines tâches pour l'ensemble des secteurs de la banque, de façon analogue à certains services centraux, mais de façon plus en aval de l'activité bancaire .nous énumérerons dans ce premier groupe les fonctions fiscale, comptable et contentieuse, ainsi que la fonction informatique.

Soit à mettre à disposition ou gérer directement des moyens de logistique générale : Personnel, immeubles, intendance, documentation, assurance....etc.

4.5. Les fonctions purement fonctionnelles

Ce sont essentiellement des fonctions d'organisation, de contrôle ,de conseil et d'assistance, elle peut être concentrée au sein de directions ou services spécialisés ou repartis à des niveaux différents dans les divers secteurs de la banque .les fonctions les plus classiques sont celles :d'inspection, d'audit et de contrôle, d'évaluation des performances ,d'organisation ,d'assurance juridique et de communication interne .

4.6. Les fonctions administratives

Il y a une opposition sommaire entre commerciaux et administratifs qui consiste à mettre entièrement sous le vocable d'administratifs tout ce qui n'est pas en relation avec la clientèle .nous pouvons regrouper sous ce terme deux séries de préoccupations présentant un caractère réglementaire :

-vis –avis de l'extérieur, les obligations liées à la vie sociale de la banque ainsi que le contrôle des relations avec les autorités de tutelle et les grands partenaires professionnels.

-sur le plan intérieur, la maîtrise de la nomenclature et de la diffusion des notes d'instruction et de procédure qui fixent les règles de fonctionnement interne de la banque.

Section II : Définition et rôle des assurances.

1. Définition de l'assurance

L'assurance occupe une place très importante dans l'économie moderne ; son mécanisme contribue à accroître le niveau de protection de l'ensemble des individus, et sa généralisation a été rendue obligatoire en de très nombreux domaines. L'obligation d'assurer son habitation ou son automobile n'en constitue que des exemples parmi d'autres.

D'une manière générale, l'assurance peut être défini comme : « une réunion de personnes qui craignant l'arrivé d'un événement dommageable pour elles, se cotisent pour permettre a ceux qui seront frapper pour cette événement, de faire face a ses conséquences

D'une manière plus précise, selon **Mr Joseph Homard** : l'assurance est une opération par laquelle une partie, assuré, se fait promettre moyennant une rémunération (prime), pour lui ou pour un tiers, en cas de réalisation d'un risque, une prestation par une autre partie, l'assureur qui, prenant en charge un ensemble de risques les compenses conformément aux lois de la statistique¹⁰.

ALBERT CHAUFETOUN : «l'assurance est la compensation des effets du hasard par la mutualité organisée suivant les lois des statistiques¹¹

2. Types d'une opération d'assurance

2.1. Assurance dommage

Elles subdivisent en deux catégories : assurance des choses et assurance de responsabilité ;la première partie dite aussi assurance de chose est l'assurance la plus classique de protection des biens de l'assuré (en cas de perte de matérielle).la seconde appelée les assurances de responsabilité ou « des dettes »,ont pour but de garantir les

¹⁰ Fresnois couilbant, Michel Latrasse, constant l'elaishberg, les grands principes de l'assurance, Edition, Algérie, pp49

¹¹ Boudjellal.M : Les assurances dans un système islamique, communication au séminaire sur «l'économie Islamique ». Organisée conjointement par l'institut islamique de recherche et de la formation de la banque islamique de développement de Djeddah et le ministre de l'économie et des finances algérien. BAMAKO, les 01 et 03 décembre 2004

conséquence pécuniaires de la responsabilité incombant à l'assuré à la suite des dommages causés à autrui (tiers) dont il est juridiquement responsable (art .56 ord 95/07) .

Dans ce cas, l'assuré va subir une perte dans son patrimoine grevé d'une dette de responsabilité¹².

2.2. Assurance des personnes

L'assurance des personnes se présente comme les contrats prévoyants de versement d'un capital ou de rente à un bénéficiaire en cas de décès, moyennant le paiement de prime par le souscripteur. Contrairement au risque couvert par les assurances des biens, le risque couvert par les assurances de personnes se produit inévitablement ;seul la date de réalisation(dans le cas de décès, par exemple)reste inconnue.la possibilité de sa survenance à chaque âge de la vie peut être déterminée grâce au lois de probabilité, ce qui permet ainsi aux actuaires de calculer le montant des primes devant être demandées chaque année aux souscripteurs¹³.

3 .Le rôle social et économique de l'assurance :

Henry Ford dit « cette ville « New-York »n'est pas la création des hommes mais des assureurs ...sans les assurances, il n'ya aurait pas de gratte-ciel, car aucun ouvrier n'accepterait de travailler à une pareil hauteur, en risquant de faire une chute mortelle et de laisser sa famille dans la misère.

Sans les assurances, personne ne circulerait...en voiture à travers les rues. Un bon chauffeur est conscient de ce qu'il court à chaque instant le risque de renverser un piéton.

L'assurance est une activité économique est sociale importante, par son rôle social et par son influence favorable au progrès économique.

Sur le plan social, l'assurance est une garantie pour l'avenir incertain. Elle aide au développement de la prévention contre tous les risques (incendie, vol, maladie...).elle est aussi un moyen de responsabilisation des assurés par le développement des franchises.

Sur le plan économique, le rôle de l'assurance apparait à plusieurs volets :

¹² Www. Jurisque. Com.

¹³ Document interne de la banque de DADR, ensemble de la force de vente, tout savoir sur l'assurance individuel accident. Mars 2014.

L'assurance, facteur de progrès: l'histoire nous renseigne que le développement de l'assurance maritime a favorisé l'essor du commerce maritime. Les marins étaient en mesure de financer leurs expéditions grâce à l'existence de l'assurance. D'une manière générale, tout progrès comporte une prise de risque qui sera mixte acceptée, voire rendue possible, s'il existe des mécanismes de compensation en cas d'échec.

3.1. L'investissement

Le rôle d'intermédiaire financier de l'assurance lui permet de drainer des sommes non négligeables de l'épargne qui seront injectées dans l'économie à travers le financement de l'investissement.

3.2. La reconstitution du patrimoine

Par son intervention au niveau des prestations versées, l'assurance permet la reconstitution des biens détruits suite à un sinistre. De même, nous avons tous conscience que nous pouvons occasionner des dommages à autrui et être tenus à réparation au titre des règles de responsabilité. Les assurances de responsabilité évitent à l'auteur de dommage de prélever sur son patrimoine les sommes nécessaires à l'indemnisation des victimes. Ainsi ; tant les assurances de biens que les assurances de responsabilité concourant à préserver le patrimoine des assurés.

3.3. Le développement de l'esprit d'entreprise

Par la prise en charge des risques, l'assurance encourage les nouvelles idées d'investissement.

L'assurance facilite l'accès au crédit par ses formes d'assurance crédit.

L'assurance fournit, outre les garanties qu'elle offre, à l'économie ; une épargne non négligeable à son développement. En effet les primes versées aux compagnies d'assurance, avant d'être partiellement restituées à l'économie sous forme d'indemnité ; sont mises en réserve et font l'objet de placement en bons d'équipements essentiellement.

L'assurance répond à un besoin impérieux des individus de se prémunir contre la survenance de certains événements affectant leur personne ou leurs biens. De manière générale, l'assurance contribue à la sécurité de l'homme et de ses actifs.

4. Les acteurs d'un contrat d'assurance

Il existe six acteurs dans un contrat d'assurance : l'assuré, l'assureur, le souscripteur, le bénéficiaire, le tiers¹⁴

4.1. L'assuré

C'est une personne dans la vie, les actes ou les biens sont garantis par un contrat d'assurance moyennant le versement d'une prime ou cotisation, on dit alors qu'il y a un sinistre si ce risque se réalise.

4.2. L'assureur

L'assureur qu'il soit sous forme d'une société d'assurance commerciale ou de mutuelle en proposant des garanties à l'assuré s'engage dans le contrat d'assurance à fournir les prestations prévues en cas de la réalisation du risque.

Pour que le risque soit assurable doit respecter trois règles :

- ❖ être futur.
- ❖ être aléatoire et incertain dans sa survenance.
- ❖ être indépendant de la volonté de l'assuré.

4.3. Le réassureur ou le cessionnaire

Est l'opération par laquelle une entreprise d'assurance qui a accepté un risque cède à un autre assureur ou partie du risque qu'elle a pris en charge. Le réassureur n'a pas de rapport direct avec l'assuré.

4.4. Le souscripteur

Le souscripteur est une personne qui, en signant le contrat s'engage au paiement de cotisations. Il peut être distinct de l'assuré ou du bénéficiaire¹⁵.

¹⁴ Inspiré de MEZDAD.L : Essai d'analyse du secteur des assurances et sa contribution dans l'intermédiation financière, mémoire du magister Université A. MIRA, Département Sciences Economique. Juillet 2006.

¹⁵ Revue centre de recherche pour les budgets familiaux « Bien utiliser les assurances », les éditions de l'épargne, 1990, page 22

4.5. Le bénéficiaire

Le bénéficiaire est une personne morale ou physique au profit de laquelle l'assurance a été contractée. Le bénéficiaire recevra après un sinistre, l'indemnité, le capital ou la rente versé par l'assureur.

4.6. Le tiers

Nous appelons tiers, toute personne qui, pourtant étrangère au contrat d'assurance mais elle peut en revendiquer le bénéfice

Section III : le rapprochement entre la banque et l'assurance**1. La relation entre les deux métiers**

La banque et l'assurance sont deux modes considérés comme des intermédiaires financiers puisque l'activité bancaire consiste en effet à collecter le dépôt et les transformer en faveur du public sous forme de crédit et celle d'assurance recueille des dépôts (prime) avec en contrepartie une prestation reportée à bien plus tard sous forme de capital.

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

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

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

Tableau N°01 : Comparaison des avantages entre banques et assurances

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

Source : sigma n°07/2001, Swiss Re.

1.1. La place de l'épargne dans les produits d'assurance et de la banque

Pour bien comprendre la convergence entre la banque et l'assurance, il convient d'analyser la substituabilité pour des produits proposés par chacun des deux et de comparer les produits d'assurance qui se rapprochent des produits d'épargne bancaire. Les produits d'assurance vie peuvent se substituer désormais aux produits d'épargne bancaire. C'est l'une des motivations des banques à se lancer dans la commercialisation des produits des banques.

Tableaux N°02 : les termes sensiblement équivalent utilisé par les banquiers et les assureurs

Banque	Assurance
Epargne	Prime
Retrait	Avance rachat partiel
l'intérêt compte d'épargne	Bénéficiaire financière Bénéficiaire technique
Clôture de compte	Rachat total de contrat
Frais de tenu de compte	Chargement de gestion

2. Les motivations de rapprochement

Durant les dernières décennies la rapidité de l'innovation financière et les réforme réglementaire en entrainer des changements majeurs dans le paysage financier mondial de nouveau produit financier et de nouveau concurrent en rejoint les rangs des acteurs établis¹⁶.

2.1. La désintermédiation financière

Grace a l'innovation financier, à la baisse des couts de la titrisation¹⁷ et à la présence des acteurs de plus en plus avertie sur le marché, les émissions des titres sont devenu la source principal de financement des grands entreprise, détrônant ainsi les prête bancaire, une technique d'intégration financier consiste à transformer certain créances bancaire non liquide en titre liquide et négociables.

Notation de la demande des titres par les fonds de pontions et les fonds de placement, a en autre, favorisé les émissions de titre ;

Du coté de l'offre, les progrès technologique faite baisser les couts, compriment les marges de taux d'intérêt phénomène et encourager de nombreuse banque de renom à se détourner des prête au profit des revenus tirés des commettions.

¹⁶ Belkadi S. : les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie, mémoire de magistère en science économique, université de Tizi ouzou, p 10-11

¹⁷ Une technique d'intégration financière consiste à transformer certain créances bancaire non liquide en titre liquide et négociables.

2.2. La déréglementation

A partir des années 80 la déréglementation a remis en cause des monopoles et favorisé la concurrence. Le changement réglementaire influence sur l'évolution de marchés financier et subissent également leur sont influence. De nombreux pays en entreprise des reformes réglementaire en vue faciliter le développement des secteurs des services financier.

2.3. La mondialisation

La déréglementation à joué un rôle central dans la mondialisation des services financier a la convergence des présentations des services financier dans certain secteur. la mondialisation des marchés s'est accélérer au coure des récent décennies .les frontières national, les fuseaux horaire et les distances géographique ne représente plus des obstacles à la levée internationale ni a la l'allocation des capitaux.

2.4. Les avances technologiques

Les avenacées technologique donnent, en autre, naissance à de nouveaux instrument financier qui permettent aux 'entreprise et aux institutions financier de revoir les positions de leur bilan. la technologie permettre également de minimiser l'impotence des frontières national. Des institutions financier virtuelle (comme des banques ou des assurances) existent d'ores et déjà pourraient occupée une place de choix

2.5. Le développement de l'épargne assurance

Parallèlement à l'essor économique qui à début vers le milieu des années 80 et a la croissance du bien-être privé, l'attiré de l'épargne assurance s'est amplifié et l'épargne orienter vers le rendement a plutôt pris le pas sur l'épargne axé sur la liquidité.

3. Historique et causes d'appariation de la bancassurance**3.1. Historique**

Le concept de bancassurance fit son apparition en 1965 en grande Bretagne, Ce concept a séduit plus d'une banque et très rapidement les grands acteurs du marché se sont lancés dans la création de filiales ou de joint-ventures, introduisant ainsi le modèle dans

leurs pays respectifs, La distinction entre une banque et une société d'assurance relève du passé, l'assurance fait aujourd'hui partie intégrale du paysage financier

En France, dans les années 1970, les banques françaises ont dû faire face à un marché mur et très concurrentiel en matière bancaire, Tirant parti de la législation existante en matière d'assurance, elles ont trouvé avec la bancassurance une nouvelle source de profit, qui, tout en diversifiant leur activité bancaire, optimisait leur catalogue de produits et fidélisait leurs clients, les ACM (Assurance de Crédit Mutuel) vie et IARD¹⁸ en France obtiennent leur agrément, marquant ainsi l'histoire de l'assurance .L'idée leur est venue de se passer d'intermédiaire pour l'assurance des crédits emprunteurs et de devenir eux-mêmes assureur de leurs propres clients de Banque, ils ont aussi devenus les précurseurs de ce qui l'on nommera quinze ans plus tard « la bancassurance »¹⁹, Par la suite, en 1973, la compagnie bancaire s'est dotée d'une filiale « vie », appelée CARDIF. Celle-ci à choisi d'opérer comme ensemblier, la maison mère n'ayant pas a proprement parlé de réseau bancaire ;Hystériquement parlant, les banques populaires, se sont lancées en 1978,puis la BN Pariât et la société Générale en 1980,le cadre législatif ne faisant le plus souvent que suivre la réalité Le terme de la « Bancassurance » est apparu en France après 1980 pour définir la vente des produits d'assurance par l'intermédiaire d'un réseau bancaire. Les consommateurs obtenaient des réponses simples, à un guichet unique, à l'ensemble de leurs besoins financiers : liquidité à court terme, constitution d'un patrimoine, d'une retraite, acquisition immobilière, est seulement en Janvier 1984, que la loi bancaire a consacré le fait en permettant aux Banquiers de crée des filiales d'assurances dont elles détiendraient tout ou une partie de capital. En Europe, l'Allemagne et l'Italie s'y intéresseront beaucoup plus tard, comme en Asie d'ailleurs où la bancassurance commence à attirer réellement les banques coréennes.

La bancassurance est un phénomène relativement récent et vague qui nécessite alors d'être explicité pour une meilleure compréhension, ainsi elle est considérée en première analyse comme un mode de distribution originale des produits d'assurance par les établissements bancaires.

En général, le terme bancassurance est utilisé pour désigner les efforts des banques pour pénétrer dans le marché de l'assurance.

¹⁸ IARD : Incendies, Accidents et Risque Divers.

¹⁹ Marjorie chevalier et Carole Launay, La Bancassurance, Edition Groupe SCOR 2005, p2

3.2. Les causes d'apparition de la bancassurance

Les années quatre-vingt ont connu de forts mouvements de désintermédiation caractérisées par la préférence de la finance directe qui conjuguée avec des niveaux de taux d'intérêt très élevés, amenaient les entreprises à se financer directement sur le marché financier délaissant ainsi le crédit bancaire, l'essence même du métier de banquier. Les banques ne pouvaient rester sans rien faire face à lourdes charges de leur dense réseau de distribution qui pesaient lourd sur leur bilan, à la hausse de leur frais de gestion et de marketing suivie d'une détérioration de leur marge de rentabilité due essentiellement à une concurrence avivée et au resserrement des marges sur les taux d'intérêt. Ainsi, elles vont dans une première étape investir massivement dans la gestion collective et les activités de marché.

Les résultats étaient globalement probants ; mais les opportunités qu'on offre le marché de l'assurance ne peuvent laisser les banques indifférentes.

Les principales raisons qui ont poussées les banques à investir dans le marché de l'assurance sont résumées ci-dessous²⁰ :

-un cadre réglementaire encourageant le rapprochement entre banques et sociétés d'assurance et le développement du concept de la banque universelle dans la plupart des pays européens et surtout avec les directions européennes en matière de services financiers ;

-l'introduction de nouveaux produits et l'élargissement de la gamme de produits offerts ne peuvent que contribuer à l'amélioration de la rentabilité globale de la banque et à la réduction de l'impact des charges fixes ;

Les banques sont conscientes de leurs avantages comparatifs en matière de bases de données clients et leur suprématie en général. Elles veulent utiliser leur image de marque pour conquérir le marché de l'assurance vie dont les produits ne sont pas loin des produits bancaires. Les équipements informatiques et la technologie utilisés par les banques sont nettement meilleurs que ceux utilisés par les assureurs. Ceci, laissait penser que les banques sont plus aptes à fournir un service de qualité ;

-des changements dans le comportement des clients en matière d'investissement à moyen et long termes et leur préférence pour les produits de fonds de placement jumelés à

²⁰ Ourabah H. Ziammi T. « Les voies de développement de la bancassurance en Algérie », mémoire de Master , Bejaia, 2012, p08.

des produits d'assurance vie, notamment avec la période de croissance boursière et la baisse des taux d'inflation :

-le désir des banques à augmenter la fidélité et la loyauté de leur client qui est fonction du nombre de produits acquis chez un même distributeur, toutes choses égales par ailleurs. Sans perdre de vue le fait que les produits d'assurance vie sont en général des produits de long termes qui confèrent une stabilité des ressources et une meilleure méthode attirer la clientèle.

Cette volonté de fidéliser la clientèle passe, parfois avant même la rentabilité de la banque.

L'engagement des banques dans l'assurance de dommage en général en automobile et dans les assurances de dommage en général en est la preuve. En effet, avec une rentabilité hypothèque et une saturation du marché :

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

Le soutien des équipes de marketing à la stratégie de rapprochement de leur banque .ces dernies ont donné tous lues efforts pour renforcer la position de leurs banque en utilisant des outils comme , l'étude de marché ,typologie et segmentation de la clientèle et surtout les enquêtes qui révèlent les attentes des clients en matière de sécurité de placement et leurs confiance des guichetiers pour les aider à gérer leurs patrimoine .

Les changements et les transformations qui opèrent en Europe, surtout avec l'avènement de l'euro et l'Europe élargie, n'étaient pas sans effets sur le marché des services financier²¹. c'est ainsi que des mouvements de fusions et d'acquisitions dans le secteur bancaire et le secteur des assurances dont certains obéissaient à des stratégies de bancassurance commencèrent à voir le jour dans le but de constituer des groupes et des entités de taille importantes susceptibles de prendre une place dans l'Europe d'aujourd'hui et de demain.

La bancassurance n'est pas sans intérêt pour les compagnies d'assurance et les raisons qui poussent les assurances vers la bancassurance ne manquent pas.

²¹ Ourabah H...Ziamni T... « Les voies de développements de la bancassurance en Algérie », mémoire de Master ,Bejaia, 2012, Page 08.

Les assureurs ont vu que la bancassurance est un moyen d'accéder à une large clientèle, inaccessible à leur réseau traditionnel, et une source de nouvelles affaires. En effet, les réseaux bancaires plus denses que ceux des compagnies d'assurance, ouvrent la voie aux assureurs pour réaliser des rendements d'échelles conséquents et passer à une étape d'industrialisation de la production, nécessaire pour réaliser des économies de coûts.

Les compagnies d'assurances sont conscientes des économies de coût qui peuvent générer une distribution des produits d'assurance via le réseau bancaire et des pertes liées à la saturation du marché des assurances accidents et des assurances de choses.

L'étape de pionnier est vite dépassée, les banques et les assureurs retardataires ont rapidement adhéré au mouvement de rapprochement et ont contribué fortement aux changements dans la sphère des services financiers soit par la conviction, soit par mimétisme.

Ainsi, la bancassurance commence à devenir l'une des préoccupations majeures dans le secteur des services financiers et la course pour se tailler les plus grandes parts de marché, aussi bien en assurance vie qu'en assurance de dommages, a bel et bien commencé.

CONCLUSION :

Dans ce chapitre, nous avons présenté le secteur bancaire et assurantiel sous différents angles. Nous avons constaté que la banque et la société d'assurance jouent des rôles différents dans l'économie, mais chacune de son côté ne peut s'en passer d'autre, elles sont complémentaires en produisant des services financiers pour la clientèle. Ce qui a résulté leur rapprochement qui s'est opéré entre le secteur d'assurance et le secteur bancaire.

A cet effet, nous essayerons de présenter dans le chapitre suivant la bancassurance en Algérie.

Chapitre II :

Bancassurance en mouvement

Section I : le concept de la bancassurance

Historique et Définitions de la Bancassurance

Introduction

La Bancassurance est une nouveauté utilisée pour désigner la nouvelle entité économique que constitue ou qu'est appelé à constituer la mise en commun des produits et des moyens de commercialisation de la banque et de l'assurance. La bancassurance figure, en effet, le concept de rapprochement entre les deux métiers « banque, assurance »

La réussite de la bancassurance dans certains pays est devenue incontournable pour les banquiers et les assureurs dans le monde entier qui cherchent à reproduire les succès existants. A priori, les concepts de la bancassurance restent vagues et nécessitent d'être explicités.

Malgré sa récente apparition, la bancassurance est devenue le canal le plus apprécié pour la distribution des produits d'assurance à des divers marchés dans le monde et la popularité de la bancassurance reste forte malgré la persistance de disparités régionales.

La bancassurance en tant qu'une formule de partenariat entre banque et assurance reflète le partage d'intérêts mais il est primordial de s'interroger maintenant sur les avantages généralement reconnus et les limites inhérents aux accords de la bancassurance pour les différents acteurs. Chaque acteur du modèle (banque, compagnie d'assurance, consommateur et législateur) doit, en effet, trouver son profit à voir se développer avec succès le modèle bancassurance. Sans ces avantages, il est bien évident qu'il n'y aurait pas de collaboration possible. Le modèle retenu sera ensuite fonction de la situation de chacun, ainsi que des possibilités offertes par les autorités de chaque pays

Il convient donc d'Analyser de la bancassurance en Algérie, c'est l'objet de notre 1^{ère} section. Dans la 2^{ème} section nous allons présenter les fondements de bancassurance en Algérie et évolution de la bancassurance en Algérie dans la 3^{ème} section.

1. Définition

La bancassurance est une stratégie des banques et des compagnies d'assurance visant à l'exploitation plus ou moins intégrée du marché des prestations financières. C'est une

forme d'intermédiation qui permet à l'assureur de distribuer ses produits d'assurance par l'intermédiaire du réseau bancaire (guichets bancaires possédant une forte affinité avec ses clients particuliers et professionnels)¹.

Pour des raisons de simplicité: « La bancassurance dans sa forme la plus simple est la distribution de produits de l'assurance à travers les canaux de distribution d'une banque ». Elle décrit un bouquet de services financiers qui couvrent les besoins en produits bancaires et en produits d'assurance

3.2. Cadres réglementaires de la bancassurance en Algérie

Bien que les textes régissant la bancassurance ne date que de 2006, les relations entre les banques et les compagnies d'assurance en Algérie remontent bien à une époque antérieure.les compagnies d'assurances ont, depuis longtemps, fournis aux banques les garanties nécessaire pour la couverture des risques liés aux prêts, aux autres opérations avec la clientèle et à l'activité bancaire en général (assurance des fonds transportés,.....). De leur coté, les banques constituent une source de placement des ressources collectées des compagnies d'assurance.

Adoptée en février 2006, la loi n°06-04 relative aux assurances autorise, pour la première fois, les banques à distribuer des produits d'assurance. En l'occurrence, les banques publiques algériennes n'ont pas seulement été autorisées à intervenir dans un domaine jusque-là réservé aux compagnies nationales d'assurance, elles y ont été en réalité fermement invitées par l'actionnaire public. Ainsi, chaque banque publique a été tenue de proposer un accord de partenariat à un assureur. C'est ce que toutes les banques publiques ont fait, sans grand enthousiasme dans la plupart des cas.

A cet effet, plusieurs accords de partenariat ont été signés quelques moins seulement après l'adoption et la présentation de la convention type de distribution .dans ce qui suit seront présentés les différents accords de bancassurance dans notre pays².

3.2.1. La convention de partenariat entre la CNEP-banque et Cardif el Djazair

La Caisse nationale d'épargne et de prévoyance (Cnep-banque) et la compagnie d'assurance Cardif El Djazair (filiale de BNP Paribas assurance) ont signé un accord de partenariat de bancassurance, la démarche a été commencé dès le mois de mars 2008 par la

¹ Les informations sur la bancassurance son extrait d'un document interne de la banque BDL, Parcours de formation Bancassurance

² Idem

CNEP-banque. Ce partenariat qui se limite, dans un premier temps, à une simple distribution par la Cnep-Banque des produits de Cardif El-Djazair devrait évoluer vers une société mixte. “En effet, les deux parties s’engagent à faire évoluer ce partenariat vers une filiale commune”, souligne le communiqué commun.

Selon les termes du contrat, Cardif El-Djazair mettra à la disposition de la Cnep-Banque l’ensemble des produits d’assurance conçus ou à concevoir pour le marché algérien³. Il s’agit, entre autres, des produits de prévoyance, (assurance décès et invalidité absolue et définitive des emprunteurs, garantie incapacité temporaire de travail des emprunteurs) et l’assurance de protection des comptes (assurance décès accidentel adossée aux comptes courants et comptes d’épargne de la Cnep-Banque).

L’accord permettra à Cardif El Djazair de commercialiser l’ensemble de ses produits sur le marché algérien, via le réseau de la Cnep-Banque, première banque de détail en Algérie avec 206 agences réparties à travers le pays et plus de 3 millions de clients. Cardif s’est engagé à élaborer des produits spécialement conçus pour la clientèle de la CNEP-Banque, principalement dans le domaine des produits de prévoyance et des produits d’épargne assurance-vie, Cardif, pour sa part, est la tête du classement mondial de l’assurance des emprunteurs⁴.

3.2.2. La convention BDL-SAA

La banque de développement local (BDL), un récent produit sera lancé. En 19 Avril 2008, la BDL et SAA ont signé une convention de partenariat de bancassurance. La convention porte sur la commercialisation des produits d’assurances de la compagnie algérienne des assurances(SAA) par le réseau de BDL. Le partenariat couvre les assurances de personnes (retraite, prévoyance, décès...), les risques particuliers (multi risque habitation, assurance catastrophe naturelle) et l’assurance agricole.

La BDL s’engage ainsi, moyennant une commission a vendre les produits d’assurance de la SAA, prévue par l’accord, au niveau de son réseau composé de 250 agences. En effet la BDL bénéficiera, sur le produit, Il faut préciser que le cout de l’assurance contractée et le même que celui pratiqué au niveau des SAA. Il faut signaler aussi que le choix de la BDL n’est pas un hasard, « le patrimoine de la BDL est assuré par la SAA ».

³ CNEP New «Numéro spécial BANCASSURANCE : La bancassurance, un axe stratégique du développement de la CNEP banque ». Revue de la CNEP banque, Nouvelle édition, juin 2008.

⁴ Cardif est présente dans 42 pays et compte parmi ses partenaires 35 des plus grandes banques dans le monde.

3.2.3. La convention BADR-SAA

La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) et la société nationale d'assurance (SAA) ont signé un accord de partenariat en 20 avril 2008, Cette convention porte sur la vente des produits à travers le réseau de la BADR.

Les produits concernés par cette convention touchent les produits d'assurances de risque agricole ayant trait à l'incendie des récoltes. Pour assurer la vente de ces produits d'assurance, les chargés de clientèle de la BADR ont bénéficié des formations spécifiques en matière de commercialisation des produits d'assurance et techniques de vente.

3.2.4. La convention BNA-CAAT

La Banque Nationale d'Algérie (BNA) et La compagnie Algérienne des assurances (CAAT) ont lancé officiellement, le 5 octobre 2010, une opération pilote dans le cadre de leur convention portant le lancement de la bancassurance. Selon les responsables de la BNA et la CAAT contractantes, cette opération s'inscrit dans le cadre de la convention de partenariat « bancassurance » signée, en 2008, entre les deux parties. L'une d'elles, à savoir la BNA, s'engage à distribuer les produits d'assurances de la CAAT qui concernent les particuliers, tels que l'assurance temporaire au décès, l'assurance individuelle accident, l'assurance voyage et assistance, ainsi que l'assurance obligatoire des effets des catastrophes naturelles.

3.2.5. Le partenariat BNA-CAAR

La BNA et la compagnie Algérienne d'assurance et de réassurance (CAAR) ont lancé, le 6 octobre 2010, l'activité de bancassurance⁵. Cette opération, qui s'inscrit dans le cadre de la convention de partenariat « bancassurance » conclue entre les deux parties en 2008, permet d'assurer la distribution de cinq produits d'assurance de la CAAR par la BNA, à savoir : les assurances multirisque habitation, CAT-NAT, temporaire au décès, voyage à l'étranger et l'assurance crédit⁶.

⁵ Info CAAR. Revue bimestrielle éditée par la CAAR n°33 septembre/ octobre 2010.

⁶SAA, Police d'assurance contre les effets des catastrophes naturelles, édition, août 2004.

3.2.6. Le partenariat CPA-CAAR

Le crédit populaire d'Algérie (CPA) et la société Algérienne d'assurance et de réassurance (CAAR) a lancé, le 01 juillet 2009, une opération de distribution des produits de bancassurance, prévue par une convention signée le 20 mai 2008. En effet la CPA et CAAR, ont signé la convention finale de l'accord signée en mai dernier entre ces deux institutions financières. Le lancement de cette opération a été conclu par la signature d'une police d'assurance multirisque habitation qui sera disponible initialement au niveau d'une agence CPA, et des différents produits de la CAAR, à savoir : l'assurances catastrophe naturelles , temporaire au décès ainsi que l'assurance crédit⁷.

3.2.6. Le partenariat BEA-CAAR

La banque extérieure d'Algérie (BEA) à signé, deux importants accords de coopération le, 11 mai 2008 avec la société Algérienne d'assurance et de réassurances (CAAR) et la compagnie Algérienne d'assurance (CAAT), les produits d'assurance de la (CAAR) seront désormais disponibles au niveau des guichets des agences de la BEA. Les deux importantes initiatives permettront aux deux assureurs la distribution de leurs produits à travers les guichets de la BEA. Elles permettront également d'épargner d'avantage d'argent qui sera servi dans d'autres projets. Ces accords visent, en fait, un double objectif. Le premier réside dans la densification du réseau de distribution des assurances et le second objectif, non moins important, vise à diversifier les sources de revenu de la banque.

Section II : Analyse de la bancassurance en Algérie

I. Les Avantages de la bancassurance

La principale source de la banque pour créer un nouveau flux de revenu et diversifier son activité, est la bancassurance, avantage d'autant plus réel que le début des années 90.

⁷ Infos CAAR Revue bimestrielle éditée par la CAAR n° 33 septembre/ octobre 2010.

Sans ces avantages, il est bien évident qu'il n'y aurait pas de collaboration possible. Le modèle retenu sera ensuite fonction de la situation de chacun, ainsi que des possibilités offertes par les autorités de chaque pays⁸.

1.1. Les avantages pour la banque

En premier lieu, la banque voit dans la bancassurance un moyen de créer un nouveau flux de revenus 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 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 ;

_ 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. Le modèle "one-stop-shop" cité ci-dessus permet, entre autres, de mieux exploiter le réseau et d'augmenter la rentabilité du réseau bancaire existant.

- Les avantages pour l'assureur :

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

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

_ L'assureur bénéficie souvent de la bonne image et de la confiance que l'on témoigne plus spontanément aux banques ;

_ 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

⁸ Marjorie Chevalier Analyse de la situation de la Bancassurance dans le monde. Scor Vie, octobre, 2005, p23.

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 ; bénéficiant de produits d'assurance à des prix plus intéressants que dans les réseaux traditionnels. Les modes de règlement des primes sont en outre simplifiés puisque celles-ci sont directement prélevées sur le compte bancaire ;

_ La relation privilégiée qui peut exister entre un client et son banquier permet d'obtenir une meilleure adéquation entre les besoins du client et les réponses qui lui sont apportées.

Pour résumer, nous dirons que le client profite de l'opportunité de se procurer des produits d'assurance simples, souvent peu onéreux, avec un paiement des primes adapté à ses besoins (la plupart du temps, par mensualités) et avec une accessibilité aisée puisque le réseau bancaire est généralement plus dense que celui des agences d'assurance.

1.2. Les avantages pour le consommateur

_ Comme évoqué dans les avantages pour la banque, 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 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. 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,

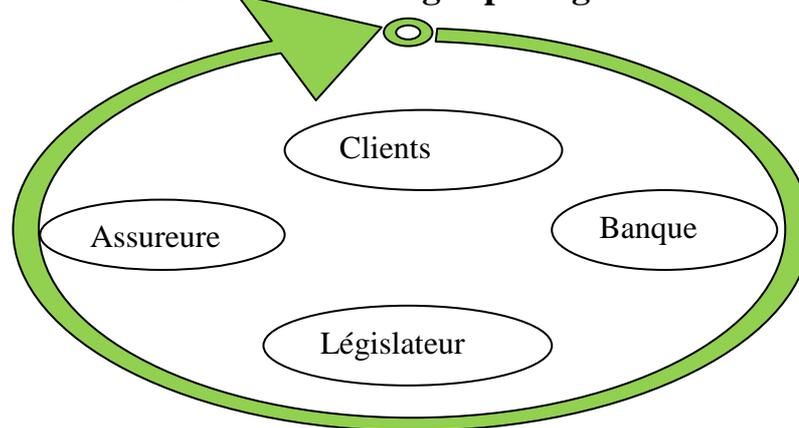
Permettant une meilleure maîtrise de cette ouverture. La bancassurance peut donc être considérée par les autorités de tutelle comme un atout ou au contraire, comme un danger potentiel à la stabilité financière d'un pays.

1.3. Les avantages 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 Etat. 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.

Shéma N°01 : La bancassurance un intégré partagé⁹



Source : information interne de la banque BDL

⁹ Les informations sur les avantages de la bancassurance sont extraites d'un document interne de la banque BDL, Parcours de formation Bancassurance

Tableau N°02 : les avantages de la bancassurance¹⁰

Pour l'assureur	Pour la banque	Pour le client
<p>Accès à une nouvelle clientèle</p> <p>Diversification des modes de distribution</p> <p>Bénéfice de la bonne image et de la confiance souvent associées aux banques</p> <p>Implantation rapide sur un nouveau marché grâce au réseau existant de la banque</p> <p>Réduction de coûts de distribution par rapport aux frais inhérents aux agents traditionnels</p>	<p>Nouvelle source de revenu</p> <p>Diversification des activités génératrices de profit</p> <p>Fidélisation de la clientèle de la banque grâce à la diversité des produits et services</p> <p>Coûts de distribution presque marginale vue que les employés de la banque eux mêmes commercialisent les produits d'assurance</p>	<p>Accessibilité à tous les services financiers de la banque</p> <p>Produits d'assurance à des prix réduits grâce aux faibles coûts de distribution</p> <p>Mode de règlement simplifié</p> <p>Meilleure adéquation entre les besoins du client et les solutions qui lui sont proposées grâce à la relation privilégiée entre le client et son banquier</p>

Source : information interne de la banque BDL

II. les limites et les risques de la bancassurance en Algérie

Malgré ce qu'a été développé dans le point précédent en termes d'apports de la Bancassurance aux banques, certains inconvénients et limites qui constituent des pièges que les banques et assureur doivent déjouer pour tirer le meilleur de leur partenariat.

¹⁰ Les informations sur les avantages de la bancassurance sont extraites d'un document interne du banque BDL ,Parcours de formation Bancassurance.

1. Pour les banques

➤ La canibalisation des produits bancaires

Certains produits d'assurance peuvent se développer au détriment des produits bancaires de base. Décidément, il peut y avoir des vulnérabilités. Leurs handicaps se trouvent notamment dans une érosion de leurs marges d'intermédiation, dans la déstructuration de leurs métiers et dans la haute sensibilité de leurs dépôts¹¹.

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

➤ Le risque de l'image de 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 ; encourrent 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 son banquier, 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 peut être une légère négligence de sa part dans le maintien des mesures antivol de l'habitation objet d'un contrat d'assurance multirisques habitation.

➤ Des méthodes de travail différentes

La méthode de travail de la banque diffère de celle de l'assurance. Le banquier est obligé de connaître des très larges gammes des produits qu'il commercialise. De son côté, le commercial de l'assurance gère un petit nombre de contrats. Les deux branches sont

¹¹ Bernard DE GRUYSE. « La bancassurance en mouvement ». mémoire, LARCIR, Bruxelles, Edition, 2005, p44.

plus complexe et parfois même réellement sophistiqués. Il paraît donc difficile de demander à un même commerce il de connaître en plus ses produits de base, les contrats de l'autre domaine. Les institutions sont obligées de faire le choix entre les deux volets :

Soit de faire vendre des produits simples et en nombre limité, soit affecter les commerciaux à la vente exclusive des contrats d'un secteur.

➤ **La formation de personnel**

Le niveau de connaissances nécessaire pour le personnel bancaire pour vendre les produits d'assurance devient de plus en plus élevé avec la complexité et la sophistication des produits. Les produits d'assurance vie à dominante financière sont très proches du domaine bancaire et leur appropriation par les banquiers était très rapide. Mais les autres produits et surtout les contrats IARD nécessitent une très bonne connaissance du métier de l'assurance et une compétence technique de pointe afin de donner des conseils personnalisés sur des produits complexes.

Par voie de conséquence, ils nécessitent des investissements importants en formation dont l'amortissement peut s'étaler sur plusieurs années ce qui pourrait alourdir, dans un premier temps, les charges et affecter la rentabilité de la banque. Les autorités de contrôle et de surveillance de l'activité assurantielle subordonnent l'autorisation de distribuer des produits d'assurance à l'obtention d'une carte professionnelle attestant du niveau de connaissances de son détenteur en matière d'assurance. Ainsi le personnel est astreint à suivre un stage de formation approprié dont la durée varie d'un pays à un autre (pas moins de 150 heures en France). Les charges et les exigences de formation constituent, incontestablement, l'un des obstacles majeurs au développement de la bancassurance.

➤ **La divergence des cultures commerciales**

La bancassurance nécessite des efforts de marketing et une force de vente active ; la vente de quelques polices d'assurance vie ne suffit pas pour faire d'une banque traditionnelle un véritable banc assureur ; pour obtenir une rentabilité suffisante, l'activité de bancassurance exige des volumes importants. Ce n'est qu'à partir d'un certain nombre de contrats, détenus dans son portefeuille que la banque peut rentabiliser sa nouvelle activité, l'assurance vie se vend lorsque les commerciaux de l'assurance vie vont chercher des clients, alors que les produits bancaires et l'assurance IARD, s'achètent puisque les

commerciaux de la banque et de l'IARD restent dans l'agence et attendent que les clients se présentent.

Les différence d'ordre commerciaux ; l'efficacité des commerciaux de la banque est généralement inférieure à celle des commerciaux de l'assurance ; et cela s'explique par plusieurs raisons ; d'une part lorsque les commerciaux ne sont pas exclusivement attachés à la vente des contrats d'assurance, ils ne seront pas motivés pour cette vente ; d'autre part le personnel de la banque est obligé de connaître la très large gamme des produits qu'il commercialise et qui sont des produits simples, le commercial de l'assurance, lui, ne gère qu'un petit nombre de contrats mais qui sont plus complexes.

Cette divergence de culture apparaitre aussi dans le mode de rémunération des deux institutions : les primes sont beaucoup plus importantes dans les salaires des commerciaux de l'assurance que dans celui des commerciaux de la banque ; cependant, accorder des primes comparables à celles versées dans l'assurance fait perdre à la banque l'avantage que lui procure un coût de distribution réduit.

2. Pour les assureurs

➤ 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 banques¹². Ainsi, il y a un 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 dessoude petit à petit dans le groupe et perd tout pouvoir décisionnel

L'activité de la compagnie d'assurance dépend largement de la politique de la maison mère, sa dépendance serait totale si le réseau bancaire était son seul canal de distribution et

¹² Ouiza BELHOCIN « la bancassurance en Algérie, réalité et perspectives ». Diplôme Supérieur d'Etudes Bancassurance. Alger : Ecole Supérieure de banque, Nov.2009, p69et70.

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

➤ **Le traitement des sinistres et la sélection des risques**

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

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

➤ **Le secret bancaire**

Dans le cadre de la bancassurance, la communication des informations sur la clientèle des Banques à la compagnie d'assurance, qu'elle soit filiale ou partenaire de la banque, n'est pas compatible avec les exigences de secret bancaire. En effet, la banque doit avoir l'accord et le consentement de son client pour pouvoir communiquer des informations le concernant à des Tiers.

Le non respect de ces dispositions est susceptible de sanctions pénales.

3. Pour l'Etat

➤ **Les effets sur le niveau de solvabilité**

La constitution de 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 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.

➤ **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 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.

Elle 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, il 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.

➤ **Restreindre la concurrence**

Les pouvoirs publics cherchent toujours à développer la concurrence et luttent contre la 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.

➤ **Le risque de contagion**

Lorsque 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.

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 peut faire face à toutes ces demandes de retraits massives se trouve en situation d'liquidité.

Section II : les fondements de la bancassurance

1. Produits distribués par les bancassurances en Algérie

Les assurances de personnes et les assurances de dommages, deux grandes familles subdivisées par le législateur dans différents pays

L'objectif des assurances de personne et de versement d'une somme forfaitaire prévue dans le contrat « principe forfaitaire », par lequel l'assureur rembourse l'indemnité sont retournés contre le tiers responsable du sinistre.

Contrairement aux objectifs des assurances de personne les assurances dommages ont pour objet l'indemnisation d'un préjudice subi par l'assuré. Elles reposent sur le principe indemnitaire par lequel l'assuré ne peut se retourner contre le tiers qui lui a causé le sinistre pour exiger de lui une indemnisation que dans le cas où l'indemnisation de l'assureur n'est pas à 100%. L'assureur reste dans tous les cas subrogé dans les droits et actions contre le tiers responsable. Le principe indemnitaire interdit à l'assuré toute éventualité de s'enrichir d'un sinistre.

L'offre des bancassureurs en matière de produits d'assurance était fortement corrélée avec l'évolution historique de la bancassurance et les stratégies y afférentes, Les banc assureurs offrent aujourd'hui des produits de tous genres, allant des Produits les plus basiques jusqu'aux produits les plus sophistiqués et aux produits d'assurance dommages.

Le choix des produits, abstraction faite des attentes de la clientèle, est intimement lié à la Qualité du réseau de distribution dont le niveau de connaissances exigé devient de plus en plus élevé avec la hausse de la sophistication des produits, C'est ainsi que les bancassureurs ont commencé à distribuer des produits très simples pour faire habituer le personnel à ce nouveau métier qui est l'assurance.

Nous pouvons classer ces produits, selon l'ordre chronologique de leur bancarisation qui un élément essentiel pour la compréhension des étapes de développement de la bancassurance et, d'autre part, selon leur nature.

Cinq grandes catégories de produits qui peuvent apparaître :

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

1.1. Les produits constituant le prolongement naturel des opérations bancaires

Ces produits regroupent une vaste série de produits, certains n'y voient pas des produits de rapprochement entre banques et compagnies d'assurance.

Ces produits peuvent être classés en trois sous groupes :

- les produits d'assurance liés aux crédits,
- les produits d'assurance liés aux dépôts,
- les produits d'assurance liés aux instruments de paiement.

1-2 Les produits d'assurance liés aux crédits

fondé sur simple principe : la banque en octroyant des crédits à des particuliers veut garantir le remboursement du montant restant dû en cas de décès prématuré de l'emprunteur tout en évitant de créer une situation conflictuelle avec la famille du défunt qu'elle veut toujours garder comme client. L'emprunteur de son côté, ne veut pas laisser des dettes à sa famille en cas de son décès.

C'est en répondant à ces soucis que les banques ont commencé, à partir des années 1960, à distribuer, l'assurance crédit, l'un des premiers produits d'assurance les plus proches de l'activité bancaire. D'autres produits répondant aux mêmes soucis ont été créés.

Les plus connus sont les suivants :

- ✓ **La temporaire de décès**

C'est un contrat d'assurance qui garantit, en cas de décès de l'assuré, le solde restant dû de l'emprunt contracté par ce dernier. C'est une temporaire décès décroissante par

laquelle souscripteur d'un prêt (l'assuré) désigne la banque créancière comme bénéficiaire d'un capital égal à ce qu'elle lui doit¹³.

En d'autres termes, moyennant le paiement d'une prime, l'assureur, qui peut être une filiale.

De la banque ou autre, s'engage à devenir le débiteur principal de la banque et à payer à la place du souscripteur du contrat d'assurance le montant du crédit qui reste à payer en cas de décès de ce dernier.

Le contrat d'assurance « temporaire décès » convient à tous les types de prêts ; crédits Immobiliers, crédits à la consommation,...etc.

Le montant de la prime à payer dépend de l'âge de l'assuré, du montant du crédit et de L'échéancier de remboursement. Son paiement peut être effectué soit en une seule fois (prime Unique) soit par plusieurs versements. Il peut être aussi consolidé avec le montant total du crédit.

Le temporaire décès vendu par les bancassureurs se distingue des produits similaires des Assureurs traditionnels par ses chargements réduits et ses questionnaires médicaux simples qui Tendent à disparaître. Ils sont appelés par certains «*déclaration de santé*».

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

Certains bancassureurs l'offrent gratuitement, à l'occasion de souscription d'un prêt, et Paient ainsi la prime d'assurance à la place de l'emprunteur. Cette pratique entre dans le cadre des outils de marketing dans le but d'attirer et d'intéresser une nouvelle clientèle. Néanmoins, le bancassureur va inclure les coûts des garanties offertes, qui ne sont pas vraiment élevés, dans le taux d'intérêt applicable à l'emprunteur.

¹³ Aya Clémentine YAO « les nouveaux relais de croissance de la bancassurance » Thèse professionnelle. Ecole nationale d'assurances, Edition, 2011, P 74

✓ La garantie liée à un découvert

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

Pour garantir, en cas de décès, le solde débiteur d'un client ayant un découvert, les Bancassureurs ont institué le contrat de garantie de découvert. Il obéit aux mêmes principes que ceux du temporaire décès à des exceptions près.

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

La prime est payable annuellement et son montant est ajusté à chaque échéance en tenant Compte de l'âge du client. La plus part des banques offrent cette garantie gratuitement à la clientèle afin de la fidéliser.

✚ Les produits d'assurance liés aux dépôts

Les banques ont commencé à distribuer des produits d'assurance liés Directement aux dépôts et aux comptes courants de la clientèle a partir des années 1970. Son garantissaient Généralement le paiement d'une certaine somme¹⁴ - qui est en corrélation directe avec le solde moyen du compte auquel le contrat est rattaché - aux héritiers de l'assuré en cas de son décès ou en cas de son invalidité totale.

A titre d'illustration nous pouvons citer les exemples suivants :

- Le «Compte Vie » de la Banque Régionale d'Escompte (France) qui prévoyait le paiement En cas de décès accidentel du titulaire du compte d'un montant égal au double du solde du compte.
- Dans le cadre d'un plan d'épargne bancaire par lequel le déposant s'engage à effectuer des Versements réguliers afin de constituer une épargne dont le montant est arrêté au

¹⁴ Cette somme est en corrélation directe avec le solde moyen du compte auquel le contrat est rattaché

préalable, certaines banques proposaient des garanties qui garantissaient le montant de l'épargne convenu à l'échéance, en cas de décès ou d'invalidité totale du déposant.

- L'assurbudget de la BNP qui garantissait le paiement d'un montant égal à un an de salaire En cas de décès du titulaire. Les sommes seront versées mensuellement aux ayants droit. Ainsi ces derniers sont incités à rester des clients de la banque du défunt. Ce type de produit, bien conçu par les équipes marketing, a su répondre aux attentes de la clientèle qui à adhéré massivement.

Décidément, les banques comprirent l'opportunité de ces produits et plusieurs autres Produits ont vu le jour.

En Italie les banques proposaient gratuitement des garanties à la clientèle garantissant le paiement de petits capitaux en cas de décès accidentel du titulaire du compte.

La concurrence sur ces produits était telle, que les banquiers ont eue recours à des pratiques Commerciales douteuses en adoptant des systèmes d'inclusion d'office. Le client devait Expressément refuser ce qu'on lui proposait si non il était garanti. Ces pratiques ont été vivement critiquées par les organisations de défense de consommateurs.

De nos jours, ces pratiques ont disparu. Les banques proposent ces garanties à l'occasion D'ouverture de compte ou lors de l'acquisition d'un nouveau produit après l'accord exprès du client.

1-4 Les produits d'assurance liés aux instruments de paiement

Dés les années 1980 avec la prolifération des cartes De paiement et des cartes de crédit les produits d'assurance liés aux instruments de paiement comment a développer. Les banques ont émarginement innové afin d'attirer la clientèle vers ces nouveaux instruments de paiement qui rapportent beaucoup de ressources en commissions.

Elles ont trouvé dans les produits d'assurance un moyen de les rendre plus attractifs. Ainsi, Plusieurs types de garanties commencèrent à être proposés lors de l'acquisition de ces instruments de paiement et certaines banques les offraient gratuitement à leurs clients.

Ces contrats garantissaient le client contre le vol et toute soustraction ou utilisation Frauduleuse de la carte de paiement. Certaines banques ont élargi leur garantie et

garantissaient les clients contre les vols lors de l'utilisation des Distributeurs Automatiques de Billets (DAB) et d'autres, allant encore plus loin, offraient avec les cartes de paiement internationales des garanties

Assistance à l'Étranger en cas de maladie à l'occasion d'un voyage à l'étranger. Nous nous attendons à un développement plus spectaculaire de ces produits notamment avec Le développement actuel des moyens de télécommunication - qui ne sera pas sans effet sur les Instruments de paiement - ce qui donneraient un avenir prometteur aux produits d'assurance liés à des instruments de paiement.

2.2 Les produits d'épargne à forte dominante financier

2.1 Les produits simples

Il s'agissait de capitaux différés avec une contre assurance¹⁵, placés dans le cadre d'un contrat D'assurance vie. Le mécanisme est simple, le client verse un capital initial et le banquier le lui Garantit avec les intérêts capitalisés au terme du contrat. Si par malheur le client décède avant L'échéance, ces héritiers ou les bénéficiaires désignés recevront le montant initial augmenté d'une part des intérêts. Sans la contre-assurance le produit n'est plus vendable. En effet, nul n'acceptera de placer ses capitaux pour qu'ils soient, en cas de son décès, acquis à l'assureur qui va les répartir, selon la logique de la mutualisation, sur les souscripteurs vivants.

La contre-assurance - qui est indispensable pour que le produit soit attrayant – passe inaperçue aux yeux des épargnants, au point, de considérer que ces produits de capitalisation sont de simples produits bancaires, et non pas des produits d'assurance vie.

La période de placement varie d'un pays à un autre, selon les délais que la fiscalité impose Pour que les intérêts cumulés soient exonérés d'impôts. Elle est de 8 ans minimum maintenant en France.

Actuellement, les contrats d'assurance vie proposés couvrent divers besoins (préparation de Retraite, épargne long terme, succession, création d'un capital pour les enfants,...) et offrent la Possibilité d'avoir différents modes de versement (fixes ou variables).

2.2 Les produits complexes

¹⁵ C'est le rembarquement des primes versées lorsque l'assuré, qui a souscrit un contrat d'assurance vie, décède avant le terme fixé

La spécification et la diversification des besoins de la clientèle ont amené les banques à développer des produits plus complexes qui nécessitent des techniques plus sophistiquées, mais évidemment moins maîtrisées par le personnel de base. C'est durant les années 1990 que ces produits ont commencé à proliférer et à se vulgariser. Il s'agit surtout des produits à taux garanti et des produits à fenêtre qui répondaient dans certains cas à des besoins très simples de la clientèle mais dont l'élaboration nécessite une très grande technicité.

Dans cette optique, les banques - en répondant aux besoins de leur client - ont offert des Contrats de capitaux différés avec une contre-assurance et un taux garanti de rémunération, qui est généralement très proche de ceux pratiqués sur les SICAV monétaires, pour toute la période du placement.

Les banques proposaient aussi des contrats de capitaux différés et garantissaient que l'évolution de l'épargne constituée suivra un certain *benchmark* qui est généralement l'indice Boursier de la place financière. A l'image des banques françaises qui ont distribué des contrats de capitaux différés qui garantissaient que l'épargne constituée suivra l'évolution du CAC 40 tout en garantissant le capital initial quelle que soit l'évolution de cet indice.

A priori, le produit est simple. Néanmoins, pour pouvoir honorer ses promesses, la banque doit acheter des titres qui lui permettront soit d'assurer le taux garanti soit de suivre le Choisi, selon le cas. Ainsi, le marché des actions, des obligations et des produits dérivés devint un passage obligé pour l'élaboration de ces produits. Mais la grande innovation est venue avec ce qu'on appelle *les contrats dédiés* qui sont des Contrats en unités de compte qui consistent à mettre un portefeuille de valeurs mobilières ou un ensemble d'actifs financiers (actions, obligations,...) dans un contrat d'assurance vie.

Ces contrats permettent au client de bénéficier des avantages fiscaux de l'assurance vie - non taxation des plus-values et exonération des droits de succession (cas de la France) - sous réserve de satisfaire à certaines conditions liées notamment à la durée du contrat.

Du point de vue de l'assureur, la souscription d'un tel contrat nécessite la création d'un Support spécifique à capital variable, réservé à chaque souscripteur. La prime versée sur le contrat est alors isolée dans les comptes de l'assureur afin d'être gérée conformément à un descriptif signé conjointement avec le souscripteur. Ce dernier ne peut absolument pas

intervenir dans la gestion (choix des titres, répartition, ...) à l'exception du type de gestion qui peut être dynamique (au moins 75% en actions dont la moitié sur la zone euro) ou non.

Les bancassureurs ont associé d'autres garanties aux contrats en unité de compte eu égard Aux risques qui les entourent. Les plus connues sont : la garantie plancher qui garantissait au client, moyennant le paiement d'une prime, une certaine valeur du portefeuille quelle que soit l'évolution du marché et la garantie de type vie universelle assurant le versement aux bénéficiaires d'un capital au moins égal aux primes versées, revalorisées selon un taux d'indexation prédéfini.

Ces contrats confèrent plusieurs commodités : le souscripteur peut effectuer des versements Libres, exercer sa faculté de rachat, désigner un bénéficiaire en cas de décès, remettre son contrat en garantie,...Cependant, ce type de contrat, eu égard à la complexité de ses mécanismes, est réservé à une clientèle haute gamme avec des tickets d'entrée.

1.3. Les produits de prévoyance

Les produits de prévoyance garantissent le paiement d'un certain capital aux Bénéficiaires désignés ou aux héritiers du défunt en cas de décès. Ces produits dont le volet épargne est quasi-inexistant posaient certains problèmes au moment de leur vente dans la mesure où le banquier va évoquer à son client un événement peu désirable qui est la mort.

Le banquier a choisi une communication très objective, en dédramatisant le décès et en ne traitant que les conséquences économiques et pécuniaires du décès d'un membre de la famille, Notamment en termes de perte de revenu, qui ne peut laisser le bon père de famille indifférent.

La particularité de ces produits par rapport à ceux des assureurs traditionnels réside dans la Simplicité des questionnaires médicaux et la suppression des formalités médicales, pratiques Largement répandues chez les assureurs traditionnels.

A titre d'illustration, nous pouvons citer le contrat d'assurance décès « Initial Valeur Prévoyance » distribué en 1990 par Prédicat, filiale du Crédit Agricole, qui garantissait le paiement d'un capital décès, plafonné à 200 000 francs, aux héritiers ou aux bénéficiaires désignés.

En 2000, les banques françaises ont distribué des contrats d'assurance couvrant les accidents De la vie, et la GAV « Garantie contre les Accidents de la Vie » est l'exemple le

plus réussi et qui a permis de donner un nouveau souffle à un marché d'assurance de personnes en maturation.

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

1.4. Les produits d'assurance de dommages

Dès les années 1990, le marché de l'assurance de dommages a commencé à être envahi par Les bancassureurs malgré sa rentabilité hypothétique et malgré les risques sur les relations Commerciales avec les clients, car un retard ou un mauvais règlement d'un sinistre peut s'avérer fatal pour la relation banque/client.

Néanmoins, il est tout à fait logique d'assurer les immeubles et les meubles chez le banquier Qui les a financés. Désormais, les contrats d'assurance Habitation et Automobile sont distribués au niveau des guichets bancaires¹⁶.

Pour pallier aux problèmes liés aux règlements des sinistres, la plupart des bancassureurs ont Adopté des stratégies visant à séparer la distribution des produits de la gestion des sinistres laquelle reste du ressort de la société d'assurance. Le but étant de mettre la relation bancaire à l'abri en usant de tous les moyens. C'est ainsi que des *Call Centres* (centrales téléphoniques) ont été mis en place pour régler, par téléphone, les sinistres Automobiles et d'autres sinistres liés à d'autres produits de dommages.

Dans les contrats d'assurance automobile distribués, l'accent est mis sur deux types de Prestations complémentaires :

- l'aide au client afin d'être le moins longtemps possible sans voiture en cas de sinistre Par la mise en place de moyen de dépannage à domicile ou le prêt d'une voiture...etc.
- un volet financier lors des différents sinistres (indemnisation du conducteur ayant subi Un préjudice même s'il est en tort, le paiement de certaines mensualités si la voiture a Été achetée par un crédit qui court encore...).

L'assurance habitation est axée sur trois prestations complémentaires :

¹⁶ Marjorie CHEVALIER et al « Analyse de la situation de la Bancassurance dans le monde ». Scor Vie, Octobre 2005, p23.

- des prestations spécifiques concernant l'habitation (déménagement, relogement et Gardiennage des meubles en cas de sinistre...)
- un volet financier lors des différents sinistres (prise en charge de certaines mensualités De remboursement de l'habitation, indemnisation du client lors d'un vol même si Toutes les mesures de sécurité n'ont pas été suivies...)
- un élargissement du périmètre couvert par l'habitation (location de salles, logements De vacances...).

1.5. Les produits packagés

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

- Package Logement : alliant un crédit pour des travaux et assurances habitation.
- Package pour étudiants : alliant un crédit Etudiant, une assurance Habitation, la mise à Disposition de moyens de paiement et une complémentaire Santé.
- Le package Automobile : alliant un crédit pour l'achat d'une voiture et une assurance Automobile.

Les banques recherchent toujours à personnaliser leurs produits selon la nature de la Clientèle qu'elles détiennent afin d'offrir un produit de sur-mesure.

Il apparaît clairement que les bancassureurs ont largement contribué à l'amélioration de l'offre en produits d'assurance, la qualité de la prestation et surtout du service après vente. Cependant, ce constat n'est pas valable pour tous les pays qui ont connu la bancassurance.

Section III : évolution de la bancassurance en Algérie

1. L'implantation de la bancassurance en Algérie

L'annonce de l'implantation d'Axa en Algérie intervient dans un contexte de durcissement des conditions d'investissements étrangers dans le pays, avec l'annonce par

le gouvernement d'une série de mesures concernant notamment le transfert des dividendes vers l'étranger.

1.1. Les pré-requis d'implantations favorables

L'économie algérienne dominée par la finance indirecte « par le crédit bancaire », le non développement des marchés susceptibles de prendre le relais. Ce la explique les raison d'apparition de la bancassurance en Algérie¹⁷.

1.1.1. Au niveau de la banque

3 Innover pour se différencier

La plus part des banques voir la bancassurance comme une source d'innovation et d'amélioration qui évolue leur position concurrentielle et leur image.

L'apparition des produits d'assurance rendent les produits bancaires plus accessibles et plus attractifs pour une clientèle de particuliers qui a, en général, niveau de connaissance très limité en matière financier et dans une partie non négligeable et illettrée. Ainsi l'achat par des guichets bancaires des devers contrat d'assurance « temporaire décès » exige pour l'octroi d'un crédit par exemple, facilitera la tache de la clientèle et aussi lui épargner le malaise d'évoquer sa situation financier. Ce qui conférera à la banque un avantage concurrentiel lié à une stratégie de différenciation implicite mais vélarisée par le marché.

4 L'amélioration de la rentabilité

Les banques cherche toujours a maximise leur profit et minimiser leur couts « économie rationnels » la bancassurance pourra a améliorer sensiblement la rentabilité de la banque, effectuée par les charges louer de son réseau de direction¹⁸

La distribution des produits d'assurance parementera, d'un part, de reconforter compte de résultat par les devers commissionnement qui serons versés par les compagnes d'assurance en contrepartie de la présentation effectuée, et d'autre part, si le rapprochement entre les banques et les assurances est suivi d'une prise de participation entre les deux entités, il permettra a la banque d'augmenter son volume d'activités sans nouveaux apports en capital, peut aussi contribuer sensiblement au renforcement des fonds propres.

¹⁷ AAKA. ; ABDELFTTAH N. ; « la bancassurance en Algérie : du concept au développement »

¹⁸ Les agences ne représentent pas de charges du moment où elles sont rentable. Ce sont alors les directions qui représentent les vraies charges puisqu'elles ne produisent pas de profit ou de rendement.

5 Etoffer la gamme des produits et fidélisé la clientèle

La bancassurance permettra a la banque d'étoffer sa gamme des produits, de fidéliser la clientèle ancienne et d'attirer une nouvelle, sous conserver de rendre ses produits bancaires plus attractifs par les produits d'assurance complémentaires qui leur seront rattachés.

L'apparition des produits d'assurance sur la vie permettra aux banques de satisfaire leurs clients et de leur offrant la sécurité financier a l'avenir incertain.

1.1.2 Au niveau assurance

6 L'exploitation de réseau de son partenaire bancaire

Le réseau des compagnes d'assurance moine fort que ce lui de la banque, la bancassurance acceptera a la compagne d'assurance d'exploiter le réseau d'agence de son partenaire avec un accès direct a une plus vaste clientèle, l'investissement causé l'apparition de marketing et de l'infrastructure de base. Les compagnes d'assurance en général, particulièrement les compagnes privées, dépende largement de leur réseau d'intermédiaire dont le taux de commissionnement sur taux du chargement

7 Un monopole implicite sur les clients de partenaire

Les compagnes d'assurance proposent des produits à la banque, bénéficièrent de l'exclusivité de distribution dans tous les réseaux bancaires.

La banque jouir d'une sorte de monopole sur la clientèle de son partenariat. L'expérience a montré rares, sont les clientes qui refusent d'acquérir les contrats proposés et préfèrent ceux d'un autre assureur, le client a toujours la possibilité de choisir¹⁹ l'assureur sur lequel il veut acquérir son contrat d'assurance.

8 Une rentabilité certaine

L'assurance verse a la banque une commission ce forme de rémunération pour sa prestation, cette dernière inférieure aux commissionnements à verser aux intermédiaires, qui fait sortir un taux moyen de commission de (15%²⁰) ce taux pèse lourd sur le chargement des produits. La rémunération qui sera exigée par la banque devrait être

¹⁹ En effet le client n'a pas vraiment le choix en ce qui concerne les assurances crédits, la banque l'oblige en quelque sorte à acquérir son contrat d'assurance en lui proposant, si non de lui ramener un contrat auprès d'un autre assureur a prime unique. Chose que ne préfère pas le client rationnel

²⁰ Le taux à versée aux banque est de 15% sur les bénéfices fixé réglementaire

inférieur à celle versé à l'intermédiaire car le personnel de la banque ne sera pas voué à l'activité assurance seul. Cette économie de coûts paramétra en partie, à améliorer les résultats des compagnes d'assurance, et d'autre partie sera cédée aux clients, donc un avantage compétitif sur les deux.

1.1.3 Au niveau macroéconomique

9 La bancassurance est un avantage pour collaboration entre banque et assurance

La bancassurance peut être l'origine d'un vrai lien entre la banque et l'assurance fournisseurs des services financiers pour dépasser les obstacles actuelles et accélérer le processus de réforme engagé. En réalité la banque et les compagnes d'assurances surfe les mêmes obstacles, le très bas taux de pénétration d'assurance et le faible taux de bancarisation de la population en sont la preuve. Ainsi cette coopération permettra de disposer les efforts pour un meilleur essor de marché des services financiers, l'impact macro-économique serait de bancariser une épargne souterraine oisive et de garantir une meilleure couverture contre les risques.

10 Le développement des assurances de personne

L'amélioration de l'allocation des ressources, et une meilleure efficacité économique qui fondé par l'économie de coûts, la bancassurance s'est révélé le meilleur moyen pour améliorer des assurances de personne, spécialement les assurances sur la vie.

A cause de la bancassurance, l'assurance vie connaît une forte amélioration par la plus part des pays européens sont les métiers des bancassureurs, qui ont su créer un vrai marché de l'assurance vie.

11 La contribution de l'assurance de capital et le financement de l'Etat

D'une part Les ressources que vont générer les activités d'assurance vie et de capitalisation dont le développement est conditionné par la généralisation de la bancassurance serviront à renforcer l'épargne nationale, donc l'amélioration de la capacité d'investissement économique. D'une autre part, et existant des investisseurs institutionnels, les assureurs investissent une partie non négligeable de leurs ressources et notamment les provisions techniques de l'assurance vie dans les titres de l'Etat. Ce dernier profite de financer leur déficit et éviter le recours à la banque centrale et à la création monétaire.

L'Etat jouer un rôle économique et social préservant les équilibre macro-économique (inflation, équilibre extérieur).

12 Le maintien d'un service de proximité

L'objectif des banques et des compagnes d'assurance algériennes est d'attendre une meilleure rentabilité, ses deux seront essayées de fermer les guichets et les agences non rentable, qui sont généralement situées dans le milieu rural et dans les régions reculées. La banque et les compagnes d'assurance auront accédé à une agence bancaire plus rentable et un service financier de proximité, nécessaire pour subvenir aux besoins de sa cliente et contribuer à limiter l'exode rural.

13 L'enrichissement de l'offre matière de produit d'assurance

D'une part La bancassurance cherche à rendre les produits d'assurance plus simple et lisible ceci facilitera la transmission et la prolifération de l'assurance dans le taux de pénétration reste très bas-au sien de la population. En effet, les produit de la bancassurance doit être simple, lisible et claire pour que les clients qui a manque d'information en assurance accepte de les acquérir. D'une autre part, la bancassurance rendra, toutes chose égales par ailleurs, plus compétitif et donc plus efficace en terme d'exploitation des ressources.

2. État de marché de la bancassurance en Algérie

Pour pouvoir étudier la bancassurance en Algérie il faut bien comprendre l'état de marché de leurs bancassurance, qui peut-être perçu selon deux schémas²¹ ;

Le premier concerne les services financiers qui intègrent des produits de la banque et de l'assurance, le second qui a eu cour durant quelque année repose sur collaboration entre la banque et la compagnie d'assurance ou d'autre organisme non bancaires. Nous essayerons de voire les tentatives d'un marché bancassurance en Algérie.

Le développement de la bancassurance s'accélère. Introduit sur le marché algérien des assurances en vertu de la loi N°06-04 du 20 février 2006, ce contrat liant ainsi des institutions bancaires aux compagnies d'assurances, ce qui intéresse de plus en plus les établissements financiers. Comme nous l'avons défini préalablement la bancassurance est

²¹ AAKA., ABDLFATAH N., « la bancassurance en Algérie : du concept de développement », Bejaia, 2010 page 45.

une forme d'intermédiation qui permet à l'assureur de distribuer ses produits par l'intermédiaire des banques.

Les pays développés voient la bancassurance comme un moyen d'enrichissement, et de financer le développement économique et social de leur pays.

En Algérie, cette pratique englobe, en premier lieu, les produits d'assurance de personnes et assurances agricoles. C'est dans ce contexte que les banques multiplient les contrats avec les compagnies d'assurances afin de mettre en œuvre cette pratique. Plusieurs accords et partenariats stratégiques ont été signés par l'Algérie, quelque mois après l'adoption et la présentation de la convention type distribution.

Ainsi, la Banque de l'agriculture et du développement rural (BADR) vient d'annoncer qu'une cinquantaine d'agences pilotes vont intégrer la bancassurance parmi leurs activités à partir de dimanche.

Ce nouveau service portera sur la vente, à travers les principales agences de la BADR implantées notamment dans les chefs-lieux de wilayas, des produits d'assurances proposés par la SAA. Les produits concernés par cet accord touchent les produits d'assurance de risques agricoles ayant trait à l'incendie des récoltes, la grêle et les multirisques des serres, jeunes plantations ainsi que les différents types d'élevage, a précisé le communiqué. Les assurances de personnes et de risques habitation sont également prévues dans l'offre de bancassurance proposée par la BADR. "Pour assurer une bonne commercialisation de ces produits d'assurance, les chargés de clientèle de la BADR ont suivi un cycle de formation théorique et un stage pratique au niveau des agences de la SAA, indiqué jeudi un communiqué de la banque.

Ce partenariat a été rendu possible à la faveur d'une convention signée en avril 2008 par la BADR et la SAA, rappelle-t-on. Il devrait se généraliser sur l'ensemble du réseau de la BADR qui comprend 300 agences réparties sur le territoire national. La BADR bénéficiera, à travers cet accord, d'une rémunération qui lui sera versée par la SAA sous forme de commissions prélevées sur les encaissements des primes d'assurance commercialisées par cette banque. Rappelons dans ce sens que six accords de bancassurance ont été signés entre les compagnies d'assurances et les banques en 2008.

La SAA a noué des partenariats avec plusieurs banques publiques à l'image de la BDL et de la Badr. La SAA a également opté pour un partenariat stratégique avec le groupe Macif avec comme objectif la création de filiales dans les différentes branches d'assurance : assurance-vie, bancassurance, etc.

Aussi, le groupe bancaire BNP Paribas, via sa filiale Cardif, s'est associé avec la Cnep Banque pour créer une filiale commune dans la bancassurance. La BEA a signé deux importantes conventions de coopération croisée avec ses deux importants clients assureurs, la Compagnie algérienne d'assurance des transports (Caat) et la Compagnie algérienne d'assurance et de réassurance (Caar). Aussi, le CPA s'est associé avec la Caar dans le développement de la bancassurance. Notons que ce produit intéresse de nombreux assureurs étrangers à l'image de l'assureur français Axa²².

La situation de marché de la bancassurance en Algérie, ainsi les défiantes partenariats signer la banque et compagnie d'assurance en Algérie est dans un état primitif et loin de suivre l'évolution et les synergies qui s'opèrent dans le service financier du monde occidental

Conclusion

Nous avons conclu que la bancassurance amène un nombre d'avantage pour plusieurs entité économiques, ce concept doit être adapté aux réalités et aux spécificités de chaque pays pour que les résultats escomptés soient atteints.

Nous avons tenté de présenter dans ce présent chapitre le développement de la bancassurance en Algérie.

²² Le Maghreb DZ

CHAPITRE III

Analyse de la bancassurance dans la wilaya de Bejaia

Introduction :

La bancassurance est une culture commerciale centrée sur le client. Ce dernier profite de l'opportunité de se procurer des produits d'assurance. Pour analyser la réalité de la bancassurance de la wilaya de Bejaia, et à cause de l'insuffisance des données à ce sujet, nous avons eu recours à une enquête de terrain par questionnaire. Le but de notre travail de recherche est de collecter le maximum d'informations nous permettant d'avoir connaissance de l'état des lieux de la bancassurance dans la wilaya. Pour ce faire, nous avons élaboré un questionnaire que nous avons adressé aux banquiers des différentes agences bancaires implantées dans la wilaya de Bejaia.

Dans ce chapitre nous allons faire une Analyse de la bancassurance dans la wilaya de Bejaia. Pour cela, nous allons procéder, dans une première section, à la présentation de la méthodologie de la recherche. La deuxième section sera consacrée à L'analyse et interprétation des résultats du questionnaire. Enfin, dans la troisième section, nous allons discuter des obstacles et recommandations de la bancassurance en Algérie.

SECTION 1 : PRESENTATION DE L'ENQUETE ET LA METHODOLOGIE DE RECHERCHE

Cette section sera réservée à la présentation de l'enquête par questionnaire dans la wilaya de Bejaia, ainsi qu'à la situation actuelle du réseau bancaire de la wilaya.

1. La présentation du contenu du questionnaire

Nous avons opté pour une étude par enquête de terrain, par questionnaire, qui permet de recueillir des informations sur le contexte actuel des agences bancaires situées dans la wilaya de Bejaia. Pour se faire, nous présenterons d'abord l'enquête, sa méthodologie, ensuite nous analyserons les résultats de l'enquête. Nous avons élaboré un questionnaire qui a été distribué au niveau des différentes agences bancaires de la wilaya de Bejaia. On a consacré une durée (01) d'un mois à collecter des informations nécessaires sur la bancassurance dans la wilaya de Bejaia.

Dans notre enquête, nous avons considéré une population de 56 agences de différentes banques publiques et privées. Nous avons travaillé sur 26 agences bancaires

exercent l'activité de bancassurance, nous avons eu seulement sur 17 agences bancaire. Notre questionnaire est composé de questions ouvertes et fermées. Nous avons enquêté les responsables des agences (Directeur, chargé bancassurance, chargé de la clientèle.

Après la récupération des questionnaires au niveau des différentes agences bancaires de la wilaya de Bejaïa, nous avons traité les résultats de la manière suivante :

- Le premier point représente les caractéristiques générales de l'agence. Cette partie est consacrée à la présentation des multiples agences bancaires. Elle rassemble des informations sur : L'année de démarrage, la localisation de l'agence et les autres questions se concentrent sur le nombre des clients et des personnels au sein de l'agence bancaire.
- Le deuxième point consiste en la représentation de l'activité de la bancassurance au sein de l'agence, il regroupe plusieurs questions que nous avons regroupées en deux groupes. Le premier englobe des questions sur la bancassurance dans l'agence. Il contient des informations sur la connaissance de la bancassurance au sein l'agence, la date du début de l'activité ainsi les conventions signées par les agences avec des différentes compagnies d'assurance. Le deuxième groupe englobe des questions sur la réalité de la bancassurance au sein de l'agence. Il contient des informations sur les différents produits proposés par l'agence bancaire et leurs portion dans la totalité des produits offerts, la qualité des produits demandés par les différentes catégories des clients ainsi que le degré de satisfaction et la gestion des produits d'assurance par les agences bancaires.
- Le troisième point consiste en la présentation de la bancassurance en Algérie. il regroupe des questions ouvertes qui permettent aux banquiers d'indiquer leurs avis sur la bancassurance en Algérie, les entraves qui bloquent le développement de la bancassurance ainsi que les recommandations pour développer cette activité au sein des agences bancaires.

1.2. Le contexte actuel du réseau bancaire de la wilaya de Bejaia

Le réseau bancaire de la wilaya de Bejaia est constitué de 13 banques. Il est composé de six (06) banques publiques (CNEP, CPA, BADR, BNA, BEA, BDL) et de sept(07)banques privées (Société Générale, Arab Banting Corporation, BNP Paribs, Banque el Baraka, Natexis et AGB).

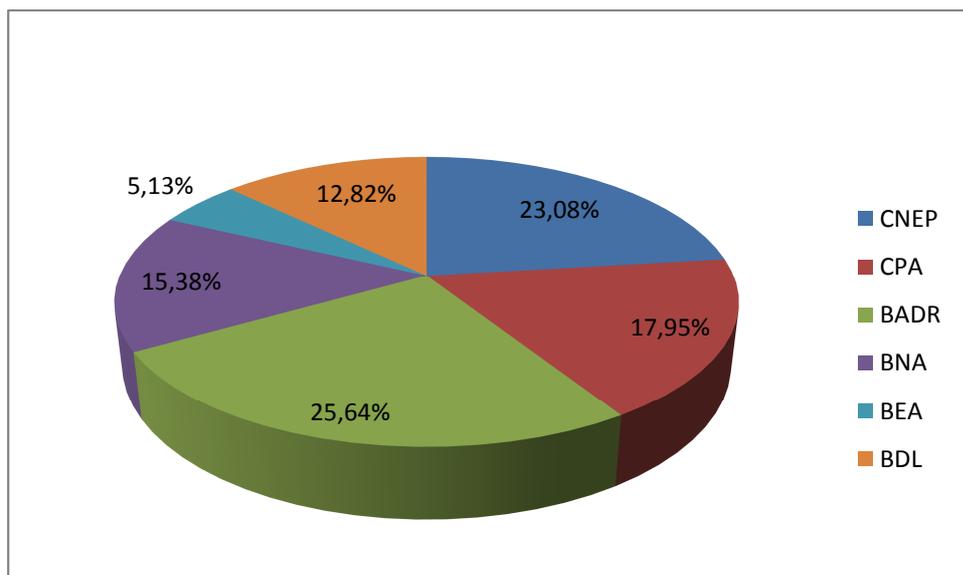
Tableau n°3 : composition de réseau bancaire de la wilaya de Bejaia

:

Banque publiques	Nombre d'agences	Nombre en %
CNEP	9	23,08%
CPA	7	17,95%
BADR	10	25,64%
BNA	6	15,38%
BEA	2	05,13%
BDL	5	12,82%
TOTAL	39	100

Source : Notre enquête 2016

Graphique N°4 : Répartition des banques publiques



Source : Notre enquête 2016

La BADR et la CNEP sont des agences bancaires les plus représentées dans la wilaya de Bejaia. Elles représentent, une part de 25,64% pour la BADR, et une part de 23,08% pour la CNEP, de la totalité des agences situées dans la wilaya. La BADR offre des crédits pour financer les projets de l'agriculture. La CNEP banque encourage l'octroi des crédits d'investissements et l'épargne. En suite, Le CPA et la BNA détiennent une deuxième position avec un effectif de sept (07) agences (soit une part de 17,95%), et six (06) agences (soit une part de 15,38%) respectivement. En dernier lieu, la BDL et la BEA représente un faible pourcentage, avec 12,82% (cinq agences), et 5,13% (deux agences) en même ordre de la totalité des agences bancaire situé au niveau de la wilaya de Bejaia.

Tableau N°4 : Composition de banques privées de la wilaya de Bejaia

Banques privées	Nombres d'agences	Nombre en (%)
Société Générale	05	29,41%
ABC	02	11,76%
BNP Paribas	03	17,65%
Banque el Baraka	01	5,88%
Natexis	02	11,76%
Trust banque Algérie	02	11,76%
AGB	02	11,76%
Total	17	100%

Source : Notre enquête 2016

Pour les banques privées Sept (07) agences sont implantées dans la wilaya de Bejaia, la société générale avec cinq (05) agences représente 29,41 % du réseau de la wilaya, BNP Paribas détienne une proportion de 17,65% avec trois (03) agences de la totalité Des agences bancaires, ABC, Natexis, truste banque algerie et AGB détiennent une troisième position avec un effectif de deux (02) agences (soit une part de 11,76% de la totalité des agences). . En dernier lieu, banque el baraka représente un faible pourcentage, avec 5,88% (une seule agences) de la totalité des agences bancaire situé au niveau de la wilaya de Bejaia.

Graphique N°3 : Répartition des banques privées

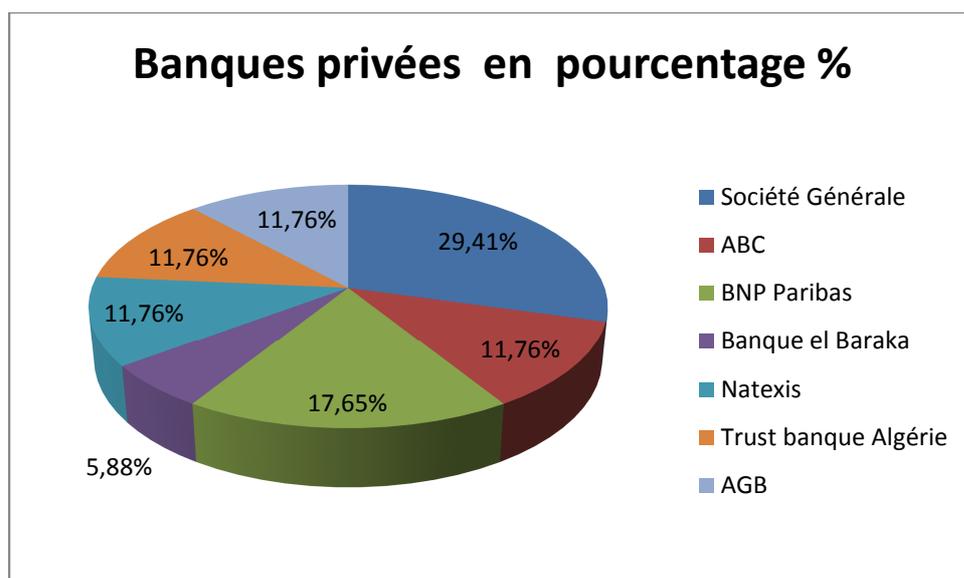


Tableau N°5: Présentation de l'échantillon de l'enquête

Banque	LA population		Nombre d'agence figurants dans l'échantillon		Agence Répondantes		Agence non répondantes	
	nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
-CNEP	9	16,07%	8	30,76%	8	47,07%	0	00%
-CPA	7	12,5%	2	07,69%	2	11,76%	0	00%
-BADR	10	17,86%	4	15,38%	2	11,76%	2	22,22%
-BNA	6	10,71%	1	03,85%	-	-	1	11,11%
-BEA	2	3,57%	2	07,69%	1	5,88%	1	11,11%
-BDL	5	8,93%	3	11,54%	3	17,65%	0	00%
-BNP Paribas	3	5,36%	2	07,69%	-	-	2	22,22%
-SG	5	8,93%	4	15,38%	1	5,88%	3	33,33%
-ABC	2	3,57%	-	-	-	-	-	-
-Banque el Baraka	1	1,79%	-	-	-	-	-	-
-Natexis	2	3,57%	-	-	-	-	-	-
-Truste banque algerie	2	3,57%	-	-	-	-	-	-
-AGB	2	3,57%	-	-	-	-	-	-
TOTAL	56	100%	26	100%	17	100	9	100%

Source : Notre enquête 2016

Notre échantillon se compose de 26 agences. Nous avons pu récupérer 17 questionnaires, ce qui représente un taux de 65,38% de la totalité des agences figurant dans l'échantillon.

Le taux des agences non répondant est réparti par les banques comme suit : 33,33% pour la SG, 22,22% pour la BADR et pour la BNB, 11,11% pour la BNA et BEA., ces agences bancaires ont toujours occupé l'ont pas le temps pour nous c'est-à-dire sont trop chargé .

Tableaux N°6 : présentation de la qualité des répondants

Qualité des répondants	Nombre des répondants	Pourcentage des répondants
Directeurs	06	35,29%
Directeurs adjoints	04	23,53%
Chargé de la clientèle	04	23,53%
Chargés de la bancassurance	03	17,65%
Total	17	100%

Source : Notre enquête 2016

La majorité des répondants à notre questionnaire sont des directeurs (35,29%) ce qui nous a aidé à collecter des renseignements fiables sur notre travail de recherche. Ensuite, vient les directeurs adjoints avec 23,53%, les chargés de la clientèle avec 23,53% et, enfin, les chargés de la bancassurance avec 17,65%.

Tableau N°7 : principal rubriques et traitement statistique de notre enquête

Principal rapportage	Mesure	Traitement des statistiques
Généralité sur l'agence	Question 1 à 8	Moyen, plafond, minimum
La bancassurance dans l'agence	Question 10 à 13	Même traitement
La réalité de la bancassurance au sien de l'agence	Question 14 à 33	Même traitement

Source : Notre enquête 2016

Les questions 5, 9, 31 et 34 sont des questions ouvertes dans le traitement statistique.

Section II: l'analyse et l'interprétation des résultats de questionnaire

1. caractéristiques générales des agences

Dans cette section, nous allons effectuer un traitement et une analyse des informations collectées.

Tableau n°8 : pourcentage des répondants

L'objet des questions	Le nombre d'agences répondantes	Le pourcentage de réponses
L'année de démarrage de l'activité de l'agence	12/17	70,59%
La localisation de l'agence	17/17	100%
La part de front offices dans la superficie de l'agence	17/17	100%
Le nombre de clients de l'agence	17/17	100%
La part de différentes catégories des clients	17/17	100%

Source : Notre enquête 2016

Concernant l'année de démarrage, nous avons obtenu 12/17 réponses sur la naissance de l'activité de l'agence. 17/17 agences ont répondu sur leur localisation et sur la part des fronts office et le nombre des clients ainsi que la part des différentes catégories des clients, ce qui donne un taux de 100% de réponse.

Tableau N°9 : caractéristiques générales des agences bancaires de la wilaya de Bejaia

Caractéristique	Fréquence	En pourcentage %
Année de démarrage de l'activité		
-Avant 2000	12/17	70,58%
-Après 2000	2/17	1,17%

(Refus)	(3/17)	(17,65%)
Localisation de l'agence		
-Commune :		
Bejaia	9/17	52,94%
El kseur	2/17	11,76%
Sidi Aiche	4/17	23,53%
Tichy	1/17	5,88%
Kheratta	1/17	5,88%
-Zone d'implantation		
Urbaine	16/17	94,12%
Rurale	1/17	5,88%
La part du front office		
-Moins de 20%	05/17	29,41%
-Entre 20% et 50%	06/17	35,29%
-Plus de 50%	06/17	35,29%
Le total d'effectif		
Moins de 10employés	04/17	23,53%
Entre 10 et 20employés	06/17	35,29%
Plus de 20 employés	04/17	23,53%
(Refus)	(3 /17)	(17,65%)
Le nombre des clients		
-Moi de 10 000 clients	10/17	58,82%
-Plus de 10 000 clients	07/17	41,18%
Le pourcentage des clients		
-les particuliers :		
Moins de 50%		
Plus de 50 %	2/17	11,76%
-Les entreprises publiques :	15/17	88,23%

Moins de 50%		
Plus de 50 %	06/17	100%
(Refus)	00/17	00%
-Les entreprises privées :	(11 /17)	(64,71%)
Moins de 50 %		
Plus de 50%	12/17	70,59%
(Refus)	03/17	17,65%
	(02 /17)	(11,76%)

Source : Notre enquête 2016

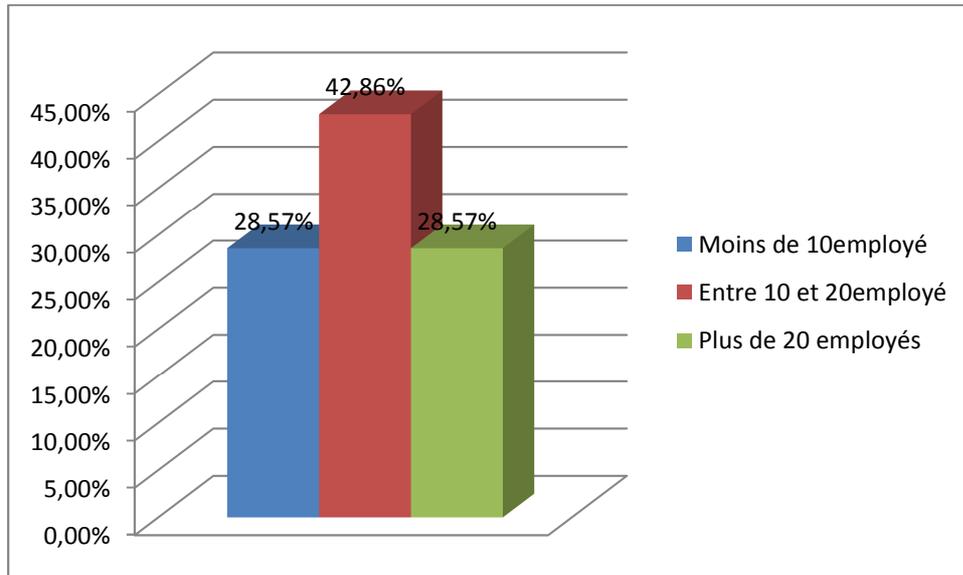
Les résultats de notre enquête de terrain confirment que l'activité de la banque est ancienne. Parmi les 17 agences questionnées, 70,58% des agences (soit 12/17) d'entre-elles ont été créées avant 2000, alors que seulement 11,76% (soit 02/17) des agences ont été créées après 2000.

Un nombre important des agences bancaires sont installées au niveau du chef-lieu de la wilaya, soit un nombre de neuf (9) agences. Puis vient la commune de Sidi Aiche avec un nombre de quatre (4) agences, soit un taux de 23,53%, El kseur avec (02) agences, Tichy et Kherrata avec seulement une seule(1) agence.

L'ensemble des agences interrogées sont implantées dans le milieu urbain de la wilaya de Bejaia, avec un nombre de seize (16) agences (soit un taux 94,12%). Seulement une seule agence est implantée dans le milieu rural, soit un taux de 5,88%.

La part des fronts offices réservé à la clientèle varie en fonction des banques. En effet, cinq agences en consacrent seulement 20%, ce qui pourrait être insuffisant à l'accueil de leurs clients; peu importe l'importance du front office. Les douze autres agences consacrent, en revanche, plus de 20% de leurs fronts offices, ce qui pourrait être à l'origine d'un avantage comparatif.

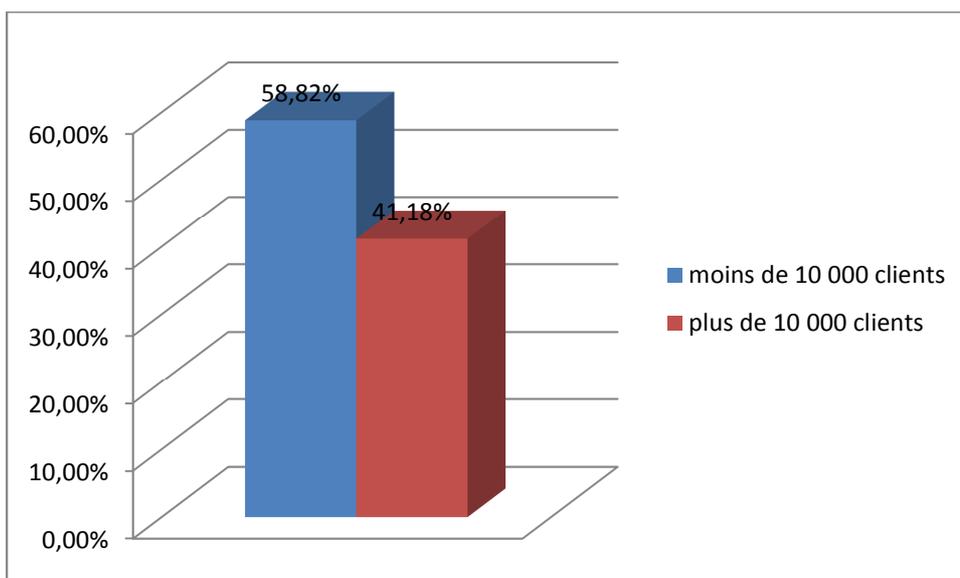
Graphique N°4 : répartition des l’employés de la banque



Source : Notre enquête 2016

Selon le graphe, les banques de la wilaya de Bejaia disposent d’un effectif variant d’une agence à une autre. 42,86% de celles-ci emploient entre 10 et 20 employés. La proportion des banques ayant moins de 10 employés avec celle Plus de 20 employés représentent un taux identique de 28,57%.

Graphique N°5 : répartitions du nombre des clients des banques



Source : Notre enquête 2016

Dans notre analyse nous constatons que le nombre des clients diffère d'une agence à une autre. Presque plus de la moitié, (10) agences bancaires, répondant que le nombre des clients est moins de 10 000 clients, le reste des agences dispose plus de 10 000 clients qui présente 41,18% du total.

En ce qui concerne le pourcentage des clients, la majorité des agences bancaires enquêtées ont plus de 50% des clients particuliers, soit un taux de 58,82%. Les entreprises publiques détiennent seulement des clients qui ont moins de 50%. Ainsi et d'après les informations recueillis auprès des agences interrogées, 80% de ces agences bancaires ont moins de 50% des entreprises privés, les 20% qui restent sont des entreprises qui disposent de plus de 50%.

2. L'activité de la bancassurance au sein de l'agence

Pour bien comprendre la réalité de la bancassurance et de savoir si l'application de la bancassurance est lancée dans les différentes agences bancaires publiques et privées de la wilaya de Bejaia, notre questionnaire est élaboré dans le but des voir le maximum d'informations qui nous faciliteront l'analyse de ce concept.

2.1 La bancassurance dans l'agence

La vulgarisation de la bancassurance, ainsi que le lancement de concept au niveau de différentes agences seront détaillés dans le tableau qui suit :

Tableau N°10 : la bancassurance dans l'agence

La bancassurance dans l'agence	Fréquence	En pourcentage%
La connaissance de la bancassurance		
-Oui	17/17	100%
-Non	00/17	00%
La définition de la bancassurance :		
-La distribution des produits d'assurance par les banques	09/17	52,94%
-La transformation de banquier à la fois en banquier et assureur	07/17	41,18%
-Une forme de coopération entre banque et assurance.	10/17	58,32%

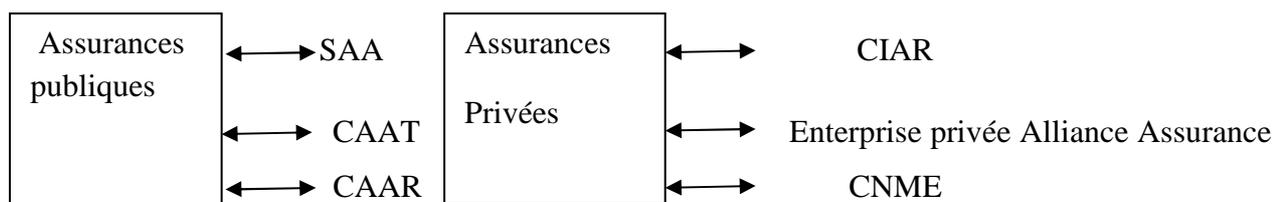
La convention avec une compagnie d'assurance :		
-Conventionnée	16/17	94,12%
-Pas conventionnée	01/17	5,88%
Le lancement de la bancassurance		
-Oui	12/17	70,58%
-Non	4/17	23,53%
(Refus)	(1/17)	(05,88%)
La date de début d'activité		
Avant 2010	08/17	47,06%
Après 2010	03/17	17,65%
(Refus)	(06 /17)	(35,29%)

Source : notre enquête 2016

La bancassurance est largement vulgarisée dans les agences bancaires de la wilaya de Bejaia, la totalité des répondants à notre questionnaire affiche un bon niveau de connaissance de ce créneau. Différentes réponses apparues concernant la question de la définition de ce modèle. 58, 32%, soit 10/17 agences, définissent la bancassurance comme une forme de coopération entre banque et assurance. Tandis que 52,94% (09/17) agences voit dans la bancassurance un moyen de distribution des produits d'assurance, et, 41,18%, soit un nombre de 07/17 agences disent que le modèle de la bancassurance est La transformation de banquier à la fois en banquier et assureur.

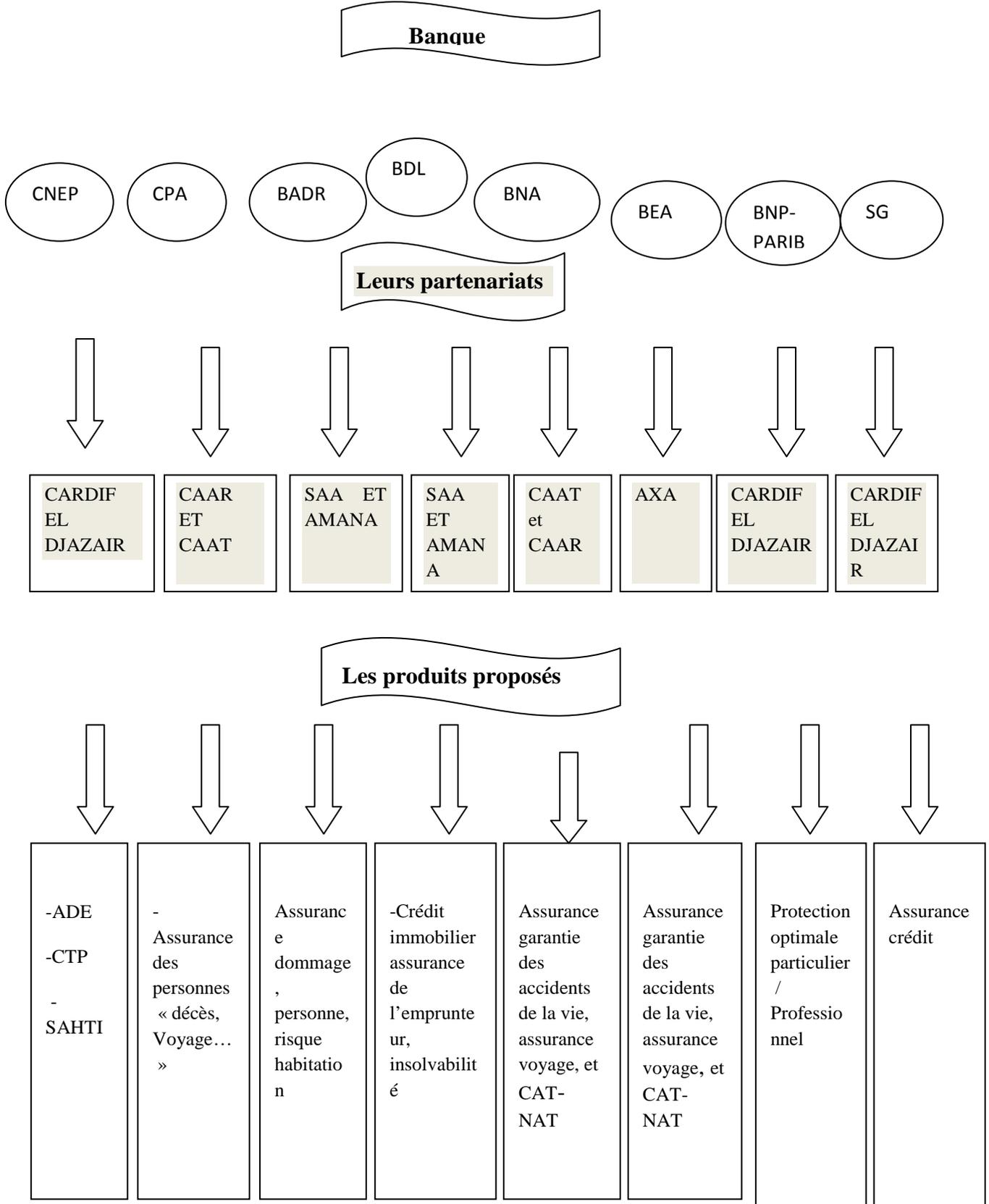
La majorité des banques de la wilaya de Bejaia est conventionnée avec les compagnies d'assurances, soit un pourcentage 94,12% du total des agences enquêtées. Seulement une agence n'est pas conventionnée avec les compagnies d'assurances.

Schéma N°2 : Répartition des compagnies d'assurance selon leurs secteur privé /publique



Source : enquête 2016

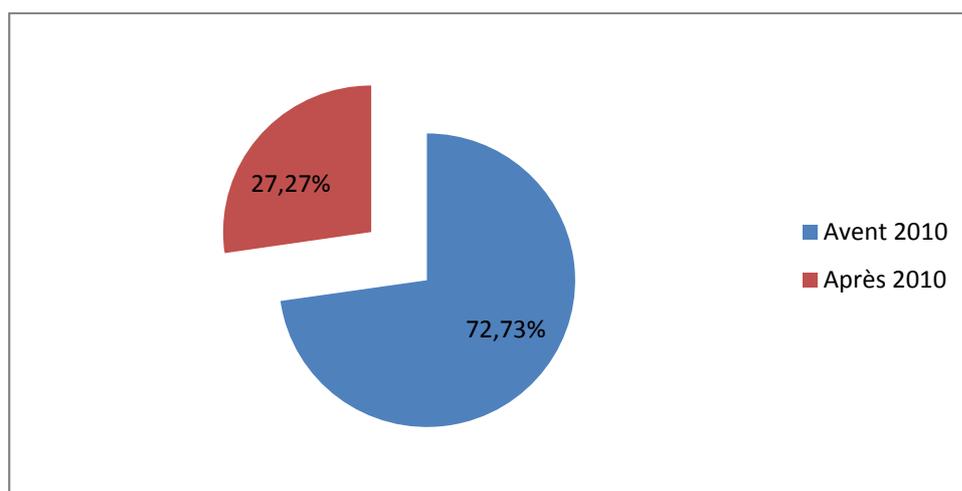
Schéma N°03 : Les banques leurs partenariats et les produits proposé



Source : document interne de la banque

Les résultats de notre enquête révèlent que trois quart (3/4) des agences (soit 70,58%) ont lancé déjà l'activité de la bancassurance. Un quart (1/4) d'agences ont refusé de nous répondre. 23,53% des agences ont commencé leur activité de la bancassurance avant 2010. Le nombre d'agences qui reste, soit 47,06%, ont commencé leurs activités après 2010. Les agences voient que l'activité de la bancassurance dans la wilaya de Bejaia est une activité nouvelle du fait qu'elle est récemment lancée.

Graphe N°6 : l'année de démarrage de l'activité bancassurance



Source : enquête 2016

2.2 La réalité de la bancassurance au sein de l'agence

Dans l'objectif de connaître la réalité de la bancassurance au sein de l'agence pratiquantes, Nous avons les interrogés sur les produits d'assurance offerts par leurs agences, l'importance de la demande de ces produits par les clients, la qualité des produits offert, et sur les obstacles rencontrés lors de l'exercice de la bancassurance

➤ Les produits d'assurance offerts

Par rapport aux produits d'assurance offerts, les banques enquêtées et qui exercent le métier de la bancassurance ont répondu de la manière suivante :

Tableau N°11 : Les produits d'assurance offert et leurs parts dans le total des produits offerts par les agences bancaires.

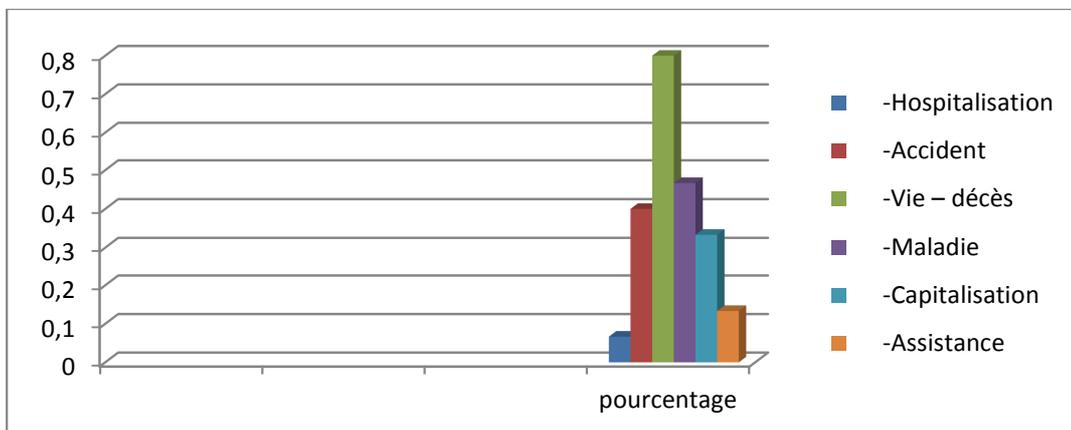
Les produits d'assurance	Fréquence	Pourcentage
<i>Les produits d'assurances offerts</i>		

<i>Les assurances de personne :</i>		
-Hospitalisation	1/17	6,67%
-Accident	6/17	40%
-Vie – décès	12/17	80%
-Maladie	7/17	41,18%
-Capitalisation	5/17	29,41%
-Assistance	2/17	13,33%
(Refus)	(02/17)	(11,76%)
<i>L'assurance crédit</i>		
	12/17	70,59%
(Refus)	(02/17)	(11,76%)
<i>L'assurance de risque simple d'habitation :</i>		
-Multirisques habitation	1/17	6,67%
-Assurance obligatoire des risques catastrophique	1/17	6,67%
(Refus)	(2/17)	(11,76%)
<i>Les risques agricoles</i>		
	00/17	00%
<i>La part des produits offert</i>		
-Moins de 10%	11/17	64,71%
-Entre 10% et 30%	03/17	17,65%
-Entre 30% et 50%	00/17	00%
(Refus)	(03 /17)	(17,65%)
<i>Un personnel spécialisé à la bancassurance</i>		
-Oui	9/17	52 ,94%
-Non	7/17	46,67%
(Refus)	(1/17)	(6,67%)

Source : enquête 2016

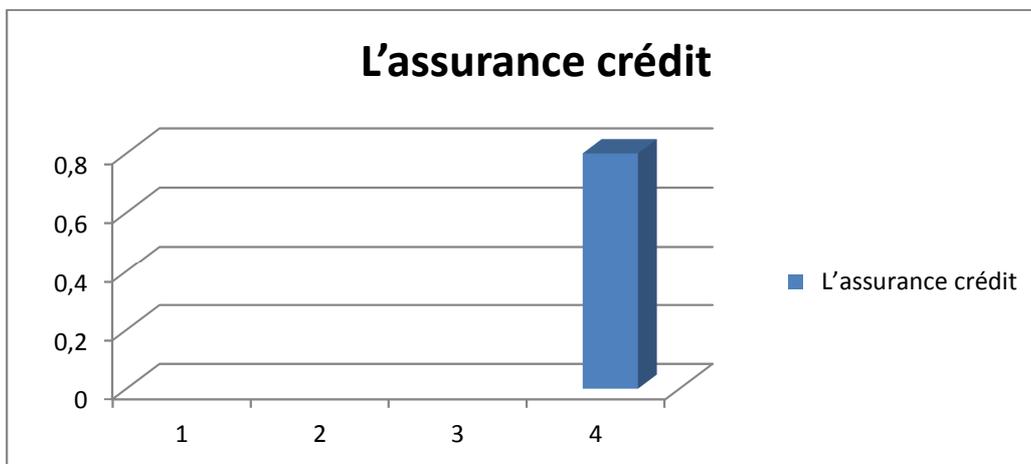
Concernant les produits assuranciers offerts, les banques n’offrent pas tous les types des produits d’assurance. En effet , la plupart d’entre elles se basent sur les produits d’assurance de personne.

Graphe°7 : les assurances de personne



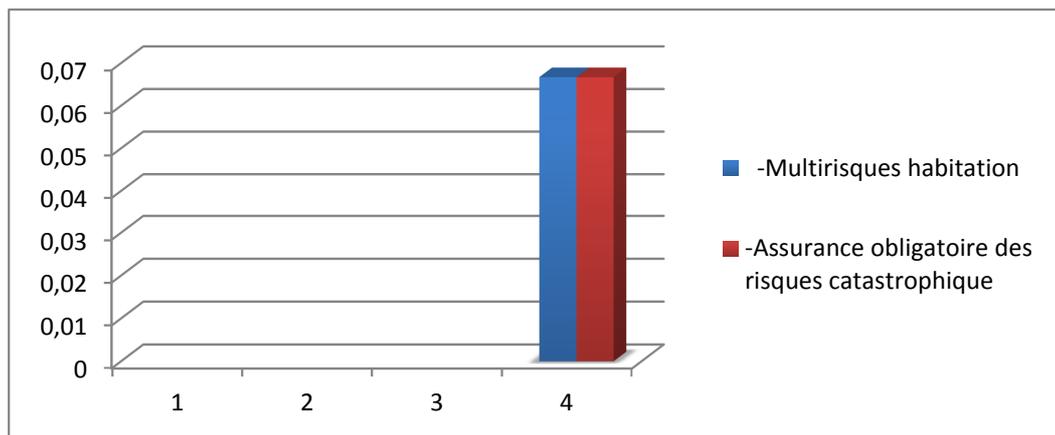
Source : enquête de 2016

Graphe N°8 : l’assurance crédit



Source : notre enquête de 2016

Graphe°9 : l’assurance de risque simple d’habitation



Source : enquête de 2016

Selon les trois graphes ci-dessus, 12/17 agences (soit 70,59%) offrent les produits d'assurance vie-décès. Les autres produits d'assurance sont distribués différemment sur le marché. 7/17 de la totalité des agences distribuent les produits d'assurance maladie avec un pourcentage de 41,18%. Les produits d'assurance accédant et capitalisation sont offerts respectivement par six (06) et sept (07) agences, soit des taux de (35,29%) et (41,18%). Seulement 2/17 agences offrent le produit d'assurance assistance. D'une autre part 80% des agences offrent l'assurance crédit, soit (10) agences. Pour les produits d'assurance hospitalisation, ils sont offerts uniquement par une seule agence. En ce qui concerne l'assurance de risque simple d'habitation, une seule agence, également, offre des contrats d'assurance multirisque d'habitation et d'assurance obligatoire des risques catastrophiques.

Pour la majorité des agences enquêtées exerçantes de la bancassurance, les produits d'assurance offerts occupent moins de 10% dans la totalité de leur produits. Ces derniers représentent un taux faible dans les portefeuilles des agences. Dans la totalité des produits offerts sur le marché, la part de ces produits varie de 10% à 30% dans uniquement 3/17 agences, soit 17,65%. Aucune agence ne dispose d'une part des produits variée entre 30% et 50%.

Plus de la moitié, soit 52,94%, des agences enquêtées déclarent avoir un personnel spécialisé dans les métiers de la bancassurance. Ce dernier est chargé d'un certain nombre de fonctions dont, la prise en charge des besoins de la clientèle, recherche d'une nouvelle clientèle afin de souscrire des contrats d'assurance au sein de leurs agences. Les autres agences, au nombre de 7/17 (soit 41,18%) n'ont pas un personnel spécialisé à la bancassurance.

Tableau N°12: l'importance des produits d'assurance au niveau des banques

L'accès aux produits	Fréquence	Pourcentage
<i>La demande est :</i>		
-Nulle	00/17	00%
-Faible	06/17	35,29%
-Moyenne	09/17	52,94%
-Forte	00/17	00%
<i>L'existence des produits d'assurance préférable par les clients</i>		
-Oui	09/17	52,94%
-Non	05/17	29,41%
<i>Les catégories des Demandeurs</i>		
-Les particuliers :	7/17	41,17%
Les retraités	1/17	5,88%
Les fonctionnaires	14/17	82,35%
Les investisseurs	2/17	11,76%
(Refus)	(03/17)	(17,65)
-Les entreprises	1/17	5,88%
Publiques	00/17	00%
Privées	04/17	23,53%
(Refus)	(13 /17)	(76,47%)

Source : enquête de 2016

La majorité des agences interrogées, soit 52,94%, déclarent avoir un accès moyen aux produits d'assurance. 35,29% des agences ont une demande faible. Cette insuffisance d'accès aux produits proposés par l'agence, est expliquée, d'après la majorité des enquêtés par le manque d'information sur leurs produits.

La plus part des agences bancaires enquêtées, soit 52,94% supposent qu'il existe des produits d'assurances préférables par les clients. Le nombre d'agence qui reste (5/17) agences, soit un taux de 29,41% agences, voient le contraire, les clients sont indifférent.

Parmi ces produits, les clients préfèrent de souscrire beaucoup plus aux contrats d'assurance-crédit, assurance CNEP Total Prévoyances (CTP), Assurance Décès et Invalidité(ADE). Ainsi la part la plus importante se concentre sur l'assurance liée à l'octroi de crédit.

Concernant les catégories des demandeurs, ce sont des fonctionnaires qui demandent, le plus, les produits d'assurance, ainsi toutes les agences reçoivent une demande de la part des fonctionnaires, alors que 41,18% des demandeurs de ces produits sont les particuliers.

Nous remarquons qu'il ya un faible accès de demande des produits par les investisseurs, les retraités, soit un nombre de (2/17 ,1/17) respectivement. Les entreprises privées demandent le totale des produits soit (4/17) agences, ce qui est le cas contraire pour les entreprises publique qui représente une demande nul aux produits d'assurance.

Tableau N°13 : la qualité des produits offerts par l'agence

La qualité des produits	Fréquence	Pourcentage
<i>Les produits répondent aux besoins de la clientèle</i>		
Oui	13/17	81,25%
Non	3/17	18,75%
(Refus)	1/17	5,88%
<i>L'existence des produits offerts qui sont indisponible sur le marché domestique</i>		
Oui	6/17	40%
Non	9/17	60%
(Refus)	(2/17)	(11,76%)
<i>Les clients sont satisfaits</i>		
Oui	8/17	61,54%
Non	5/17	38,46%
(Refus)	(4/17)	(23,53%)
<i>Le degré de satisfaction des clients</i>		
Très fort	00/17	00%
Fort	04/17	40%
Moyen	06/17	60%
Faible	00/17	00%
(Refus)	(7/17)	(41,18%)

Source : enquête de 2016

Un nombre important des banques constatent que les produits proposés par l'agence répondent aux besoins de leurs clients, soit 76,47% agences enquêtées. Concernant produits

offerts, seulement 3/17 agences, soit 17,65% des répondants, affichent une non satisfaction des clients en matière des produits offerts.

La plus part des rependant (52,94%) des agences, voient qu'il n'existe pas des produits offerts qui sont indisponible sur le marché domestique. contrairement aux autre répondants, soit (35,29%) agences supposent que les produits offerts sont disponible sur le marché de la bancassurance.

La majorité des banques constatent que la plus part des clients sont moyennement satisfaits des produits offerts par les agences bancaires, soit 52,94%. D'autre part, 35,29% des agences enquêtées trouvent que leurs clients sont fortement satisfaits. Aucune de ces agences n'a affirmé que le niveau de la satisfaction très fort, faible.

➤ Le fonctionnement de l'activité

Pour comprendre le fonctionnement de l'activité de bancassurance entre les déférentes agences, nous posé un certain nombre de question sur la gestion des produits, la formation de personnel et la manière par laquelle les clients sont informés.

Tableau N°14 : la gestion des produits assuranciel

La gestion des produits	Fréquence	Pourcentage
<i>La façon de gestion des produits</i>		
-par nous même	09/17	52,94%
-en faisant appel a un agent de la compagnie de l'assurance avec la quelle vous étés conventionnées	01/17	5,88%
-vous étés un simple intermédiaire et c'est la compagnie d'assurance qui se charge de la gestion de ces produits	05/17	29,41%
(Refus)	2/17	(11,76%)

Source : enquête de 2016

La gestion des produits d'assurance diffère d'une agence à une autre. Selon les réponses des agences enquêtées, nous avons constaté que 60% des agences voient que la gestion des produits d'assurances est assurée par la banque elle-même, soit neuf (9) agences. Cinq agences, soit (33,33%) voient que l'agent est un simple intermédiaire et c'est la compagnie d'assurance qui se charge de la gestion de ces produits, une seule agence révèle que la gestion des produits est assurée en faisant appel à un agent de la compagnie de l'assurance avec laquelle l'agence est conventionnée.

Tableau N°15 : les charges de la bancassurance

Le personnel	Fréquence	Pourcentage
<i>L'existence des charges de la clientèle pour les produits d'assurance :</i>		
-Oui	13/17	76,47%
-Non	00/17	00%
<i>L'effectif des charges de bancassurance :</i>		
-Un	6/17	35,29%
-Deux	6/17	35,29%
-Trois	1/17	5,88%
(Refus)	(4/17)	(23,53%)
<i>L'utilisation d'un logiciel informatique</i>		
-Oui	11/17	73,33%
-Non	4/17	26,67%
(Refus)	2/17	(11,76%)
<i>La formation des chargés de la bancassurance</i>		
-Formés	15/17	100%
-Pas formés	00/17	00%
(Refus)	(2/17)	(11,76%)

Source : enquête de 2016

Les résultats de l'enquête, indiquent que la totalité des agences ont des chargés clientèle, dont l'effectif varie entre un (01) et trois (03) agents. La majorité des agences enquêtée, trois quart (3/4) agence utilisent un logiciel informatique pour la distribution des produits d'assurance.

De plus, la totalité des agences, forment leurs chargés de bancassurance. Des chargés clientèle bénéficient des formations spécifique en matière de commercialisation des produits d'assurance, la duré de formation varie de 12 heures à 72 heurs. ces formations ont pour objet de connaitre les techniques de ventes des produits d'assurance, détenir des connaissances sur des différents produits (CTP, SAHTI et ADE ainsi les techniques de vente).

➤ **Le renseignement des clients sur les produits d'assurance**

Les agences bancaires enquêtées informent les clients sur les produits d'assurance de la façon suivante :

Tableau N°16 : les renseignements des clients sur les produits d'assurance

Le renseignement des clients	Fréquence	Pourcentage
<i>L'annonce des produits</i>		
-Oui	15/17	88,24%
-Non	00/17	00%
(Refus)	(2 /17)	(11,76%)
<i>La manière de l'annonce</i>		
-Au guichet	14/17	82,35%
-Par des publicités	11/17	64,71%
-Par téléphone	03/17	17,65%
-Par internet	04/17	23,53%
<i>Le support de publicité</i>		
-La presse	1/17	5,88%
-La télévision	1/17	5,88%
-La radio	1/17	5,88%
-Les panneaux publicitaires	4/17	23,53%
-Les brochures et dépliants	11/17	64,71%
(Refus)	(5/17)	(29,41%)

<i>La qualité de l'annonce</i>		
-Détaillée	11/17	64,71%
-Générale	3/17	17,65%
(Refus)	(3/17)	17,65%

Source : enquête de 2016

Notre enquête, réalisée au niveau des agences bancaire de la wilaya de Bejaia, indique que la totalité des agences informent leurs clients sur les produits d'assurance existants. D'une façon détaillée, pour attirer un nombre important de clients, les agences bancaires essayent toujours de donner une bonne image sur leurs banques, ainsi sur leurs produits.

Concernant la manière de l'annonce, toutes les agences bancaires de la wilaya de Bejaia préfèrent de lancer leurs produits au niveau de leurs guichets. 11/17 agences, soit 64,70% préfèrent la publicité pour donner les dénonciations liées aux produits d'assurances, seulement quatre (4) et trois(3) agences (respectivement) utilisent l'internet et le téléphone comme support d'annonce.

Pour la publicité, il existe plusieurs supports dont nous citons, les brochures et dépliants, sur lesquels comptent la plus part des agences puisque c'est un moyen moins couteux et efficace pour informer la clientèle. 23,53% des agences enquêtées utilisent des panneaux publicitaires comme un moyen pour publier les produits d'assurances, alors que 5,88% des agences utilisent la presse, la télévision et la radio comme un moyen pour annoncer les produits.

S'agissant de la qualité de l'annonce, la majorité des agences (64,70%) informent les clients d'une façon détaillée sur les produits d'assurances disponibles au sein de l'agence. Ce qui le cas contraire pour le reste des agences, soit 17,65% agences informent les clients manière générale.

➤ **Les difficultés rencontrées lors de l'exercice de l'activité de bancassurance**

La banque fait face à de nombreux problème lors de la distribution des produits d'assurance comme montre le tableau suivant :

Tableau N°17 : les difficultés lors de l'exercice de l'activité

Les difficultés	Fréquence	Pourcentage
<i>La connaissance des produits assurantiel par localité d'implantation</i>		
-Oui	3/17	17,65%
-Non	11/17	64,71%
(Refus)	(3/17)	(17,65%)
<i>Les difficultés</i>		
-Manque de compétence des banquiers dans le domaine des assurances	00/17	00%
-Manque d'information sur les produits assurantiers	06/17	35,29%
-la mauvaise image de la banque	5/17	29,41%
(Refus)	(6/17)	(35,29)

Source : enquête de 2016

D'après le tableau résumant notre analyse sur les difficultés rencontrées par les agences lors de l'exercice de l'activité bancassurance, nous avons relevé que près de 64,71% d'entre-elles supposent que la population de leur localité d'implantation ne connaît pas les produits d'assurance commercialisés au niveau de son guichet. Tandis qu'un très petit nombre des répondants, soit, 17,65% agences répondants disent le contraire.

Parmi les difficultés les plus importantes qui entravent les banquiers dans l'exercice de leur activité, 6/17 agences trouvent des problèmes liés au manque d'information sur les produits assurantiers. 5/17 agences trouvent que les difficultés sont liées à la mauvaise image de la banque.

Il existe d'autres problèmes qui sont liés essentiellement:

- Aux besoins de la clientèle qui dépasse les offres de la bancassurance. Les produits assurantiers offerts par les agences bancaires ne sont pas diversifiés.
- A la religion de la clientèle, qui ne permet pas de souscrire à certaines polices d'assurance.

- Aux clients qui souscrivent seulement sur les polices d'assurance obligatoires (assurance automobile), ils évitent carrément les assurances facultatives.
- Aux clients qui considèrent la bancassurance comme une source des dépenses

Tableau N°18 : La bancassurance en Algérie :

La bancassurance en Algérie	Fréquence	Pourcentage
<i>La bancassurance est en essor :</i>		
-Oui	7/17	41,18%
-Non	9/17	52,94%
(Refus)	(1/17)	(5,88)
<i>L'existence des entraves qui bloc le développement de la bancassurance en Algérie :</i>		
-Oui	11/17	64,71%
-Non	4/17	23,53%
(Rfus)	(2/17)	(11,76%)
<i>Le retard des assurances est un obstacle au développement de la bancassurance</i>		
-Oui	12/17	70,59%
-Non	3/17	17,65%
(Refus)	(2/17)	(11,76%)
<i>Le facteur psychologique et culturel de la population entrave le développement de la bancassurance</i>		
-Oui	14/17	82,35%
-Non	1/17	5,88%
(Refus)	(2/17)	(11,76%)
<i>Le manque de la culture des assurances de la population algérienne peut être une entrave pour l'exercice de la bancassurance</i>		
-Oui	13/17	76,47%
-Non	1/17	5,88%
(Refus)	3/17	17,65%
<i>La banque à fait le bon choix</i>		
-Oui	14/17	100%
-Non	00/17	00%

Source : enquête de 2016

D'après les statistiques de notre enquête, soit 41,18% (7/17) des agences répondants, voient que la bancassurance est en essor, le nombre d'agences qui reste soit 52.94% (9 /17) agences, voient que la bancassurance est peu développée en Algérie, cela est expliqué par :

-Manque de culture sur la bancassurance. La population algérienne n'ayant pas de la culture des assurances, surtout les assurances de personnes.

-Faiblesse du pouvoir d'achat des ménages. En Algérie, le secteur des assurances connaît un énorme retard dans le développement de la bancassurance en la comparant juste avec les voisins magrébins.

-La bancassurance est une activité récente en Algérie qui est appelée à être développée dans le futur.

- Le système économique, politique et social ainsi que le niveau éducatif et culturel de la population en place ne permettent pas son essor.

70,59% des banquiers que nous avons interrogés voient que le retard du secteur des assurances ralentit l'essor de la bancassurance en Algérie à cause de :

-Manque d'informations et de publicité sur cette activité, et manque de formation au niveau des compagnies d'assurance ;

-Manque d'experts dans la bancassurance. Ainsi, absence de la convention avec les entreprises publiques ou privées ;

-Baisses de pouvoir d'achat des ménages en Algérie. Les produits restent chers par rapport aux coûts mensuels que doit supporter le souscripteur.

17,65% des répondants, ne sont pas du même avis et voient que c'est aux banques de développer cette activité, mais aussi en coopération avec les sociétés d'assurance.

82,35% des banquiers répondants affirment que le facteur psychologique et culturel de la population algérienne entrave le développement de la bancassurance. Quelques banquiers, soit 5,88%, disent que ce facteur peut ne pas être une entrave au développement de la bancassurance en Algérie.

Parmi les banquiers interrogés, soit 76,47%, voient que le manque de la culture des assurances au sein de la population algérienne peut être une entrave pour l'exercice de la bancassurance. Le reste, soit de 5,88%, voient le contraire.

17/17 des banques répondants affirment que la banque a fait un bon choix pour les raisons suivantes :

- les souscriptions enregistrées par la banque permettent d'augmenter une partie de son chiffre d'affaire (presque 10% du chiffre d'affaires en 2015) ;

- Fidélisation de la clientèle, une expérience dans le métier
- La bancassurance à apporter une nouveauté sur le marché bancassurance
- La CNEP/Banque dispose d'un grand réseau de distribution, et il est plus judicieux de l'exploiter pour la diversification de ces produits et services, la bancassurance permet à cette dernière d'avoir une nouvelle image sur le marché ;
- La banque cherche toujours à satisfaire la clientèle.

SECTION III : Les obstacles et les perspectives de la bancassurance en Algérie

1. Les obstacles entravant la bancassurance en Algérie :

Notre analyse nous a orienté de relever les obstacles qui entravent le développement de la bancassurance en Algérie, à savoir :

- Un nombre important de la population possède un niveau de connaissance limité concernant les produits distribués par les guichets de la banque. Les agences bancaires rencontrent des problèmes pour convaincre la clientèle à l'accès aux différents produits d'assurance à cause de l'insuffisance de la publicité et manque de confiance des clients sur la bancassurance.
- Le manque d'information sur les produits d'assurance offerts au niveau des agences bancaires, les produits restent chers surtout avec la baisse de pouvoir d'achat.
- La majorité des établissements bancaires et les sociétés d'assurances ne détient pas un système d'information performants, l'absence d'interconnexion entre les agences de la même banque, de même pour les sociétés d'assurances, cela engendre les difficultés de transmission des informations, ainsi une faiblesse d'automatisation des opérations de bancassurance.
- Manque d'information et de publicité sur la bancassurance, de côté des sociétés d'assurance influencent sur la commercialisation de leurs produits au niveau des banques cela freine le développement de la bancassurance en Algérie.
- Un problème pour convaincre les clients à obtenir les produits d'assurance de personne et les produits d'assurance vie. Une partie importante des produits d'assurance distribués par la banque sont des assurances obligatoires, les clients

demandent de souscrire au contrat d'assurance, parce qu'ils sont dans l'obligation de le faire, ce qui bloc l'essor et la connaissance des autres produits d'assurances.

- Obstacles religieux : l'intérêt bancaire concéderait comme usure, ce qui empêche les croyants de s'adresser aux banques, donc freinant l'activité de bancassurance.
- Le manque de publicité sur les produits d'assurances, ces produits restent chers par rapport au cout mensuel que doit supporter le souscripteur, surtout avec la baisse du pouvoir d'achat, manque d'agences spécialisées dans la vente ainsi l'insuffisance des conventions avec des entreprises publiques ou privées.
- La formation de personnel qui n'est pas suffisante en termes de durée et de continuité.

1. Les recommandations pour le développement de la bancassurance en Algérie

Nous allons tenter de proposer quelques recommandations pour l'essor de la bancassurance en Algérie :

- informer les citoyens algériens à travers les banques et leurs conventions aux autres organismes financiers.
- élargir le support publicitaire, à fin de diversifier la formation au personnel ;
- La révision de la gestion des sinistres ;
- Sensibiliser les gens via la presse, la télévision, de souscrire des contrats d'assurance.
- Les banques doivent aller vers la diversification de leurs gammes de produits en intégrant les produits assuranciers, d'autant plus qu'elles disposent d'un réseau de distribution large ;
- Coopération entre la banque et l'assurance à fin d'attirer la clientèle aux produits distribués ;
- avoir des écoles ou des institutions spécialisées dans le domaine des assurances ;
- Développer les moyens de communication et le système d'information pour permettre une circulation efficace et fiable de l'information ;
- La modernisation des guichets en vue de les rendre favorable à la confidentialité ;
- Innover et différencier les produits offerts et éviter la standardisation.

Conclusion

La bancassurance dans la wilaya de Bejaia ne soit pas généralisé ,26/56 agences pratiquants la bancassurance, cette pratique développe d'une année à une autre, ce développement reste lente, les banquiers trouves les difficultés d'exercer cette activité. Pour attendre l'accès avec réussite à cette pratique, il est préférable aux agences qui sont moins chanceux de suivre un ensemble des mesures à mettre en place et indispensable.

Conclusion générale

CONCLUSION GE'NERALE

Comme conclusion générale de ce travail, le concept de la bancassurance constitue un lien financier entre la banque et l'assurance, dû à la commercialisation des produits d'assurances par les réseaux de distribution traditionnels des établissements bancaires.

La bancassurance est un meilleur moyen pour le développement du secteur des assurances, dont l'objectif principal est de répondre aux besoins de la clientèle et aux exigences du marché.

Aujourd'hui, la banque et l'assurance sont deux métiers intimement liés, qui peuvent constituer des facteurs de succès de la bancassurance, ce nouveau mode de distributions est distingué donc par l'avantage d'exploiter les guichets bancaires pour la vente des produits d'assurance, ce qui facilite cette commercialisation.

L'objectif principal de vente des produits d'assurance à travers le réseau des agences bancaires est de la sorte partagé par les deux intermédiaires financiers. L'ouverture d'un marché de bancassurance, Ça ne permet que de renforcer la dynamique enclenchée. Car les banques reçoivent beaucoup de clients, elles constituent de grands d'assurables et de larges opportunités d'offres d'assurance, en prestant pour le compte des compagnies d'assurance. Elle permet aux banques de rentabiliser leurs structures et aux compagnies d'assurances d'ouvrir un réseau de distribution plus vaste pour commercialiser des produits spécifiques posent sur la confiance que l'on ne retrouve pas assez chez les compagnies d'assurance.

Les pays développés voient la bancassurance, une source de richesse. Les spécialistes de la banque et de l'assurance se sont fortement engagés pour financer le développement économique et social de leur pays, la bancassurance a propagé dans plusieurs pays du monde cela revient à son importance stratégique.

La réussite de ce modèle est confrontée à des menaces comme la banalisation des produits bancaires et d'assurances, le risque de transfert du centre de décision pour les sociétés d'assurance, nous pouvons citer aussi, la relation banque -assurance peut être une source de risque pour le banquier, En effet, une mauvaise gestion des risques peut tenir la relation principal de la banque avec son client, il convient pour la banque d'intégrer cet élément de risque et de mettre l'accent sur la qualité du service en veillant à l'indemnisation rapide du client après la souvenance du risque, car un mauvais accueil des clients conduit à la

résiliation de sa relation avec la banque, qui vont prendre une image négative sur la banque. C'est pourquoi la banque doit assister le client et veiller à une indemnisation parfaite.

L'Algérie, doit rattraper le retard que connaissent les établissements bancaires et les sociétés d'assurances. Pour ce faire, elle a organisé différents accords importants de partenariats entre banques et sociétés d'assurances pour la vente de produits d'assurance sur le marché algérien, La commercialisation des produits d'assurance par les banques est devenue enfin une réalité en Algérie, un accord a été introduit par le législateur à travers la loi du 20 février 2006 encourageant le rapprochement entre les banques et les compagnies d'assurances.

Cette nouvelle activité, encourage l'installation de succursales de compagnies d'assurance étrangères, « BNP Paribas, CRDIF EL Djazair » le développement des assurances de personnes, il est prévu une réglementation des participations banques-assurances, la libération totale du capital minimum, la création d'un fonds de garantie. Dans cette perspective, les banques algériennes se sont vite adhérees à la bancassurance en signant des conventions avec les sociétés d'assurance.

Le choix de la bancassurance n'est pas un hasard pour les banques algériennes, la vente des produits de bancassurance ne peut qu'élargir davantage leurs gammes de produits, fidéliser leurs clients « offrir aux clients des services bancaires et assuranciers sans qu'ils se déplacent, au même temps et dans un même lieu » et surtout assurer la croissance des marges bancaires par des rentrées régulières de fonds.

L'activité de la bancassurance en Algérie souffre de quelques menaces qui bloquent son développement. Nous pouvons citer, le manque d'une culture d'assurance, la population algérienne suscrit seulement des polices d'assurance obligatoire, la vente des contrats d'assurance dommage par les banques reste quant à elle encore limitée aussi la religion des algériennes qui limite certaines opérations bancaires.

Il faut noter aussi que l'activité de la bancassurance en Algérie est connue seulement par quelques professionnels de métier, il existe des individus qui ne connaissent pas cette activité, cela est expliqué par le manque de publicité, l'insuffisance de l'information sur les produits distribués par les banques, leur qualité et leurs avantages, Ainsi que l'insuffisance de formation du personnel. ces derniers ne maîtrisent pas l'activité de la bancassurance, ce qui

constitue un risque d'offrir des produits de mauvaises qualités qui conduit à une mauvaise image de la banque et donc à la résiliation des contrats avec leurs clients .

La bancassurance dans la wilaya de Bejaia à connait un état primitif de son évolution, le partenariat entre sociétés algériennes d'assurance et banques nationales et partenaires étrangers s'annonce plus intéressant que l'installation directe des sociétés étrangères, car le transfert technologique est assuré. Ces partenariats doivent être exploités d'une meilleure façon afin d'attendre la réussite de ce modèle, pour cela, la sensibilisation de la population sur la nécessité des produits d'assurance est indispensable, donc une bonne politique de commercialisation que devrait se mettre en œuvre, pour faire de la bancassurance une nouvelle source de profits dans la wilaya de Bejaia.

En résumé, dans les pays où elle est déjà bien implantée, la bancassurance peut encore se développer sur certains segments du marché, tandis que dans d'autres régions du monde, tout reste à construire, le cas de la bancassurance algérienne, n'a pas fini de faire parler d'elle !, c'est un projet d'avenir.

INDEX DES SCHEMAS

Schémas	Intitulé	pages
Schémas n°01	Les banques leurs partenariat et les produits proposé	63
Schémas n°02	Répartition des compagnies d'assurance selon leurs secteur privé /publique	64

INDEX DES GRAPHIQUES

Graphique	Intitulé	Pages
Graphique n°01	La bancassurance un intégré partagé	22
Graphique n°02	Répartition des banques publiques	54
Graphique n°03	taille de l'échantillon enquêté	57
Graphique n°04	répartition des l'employés de la banque	60
Graphique n°05	réparions de nombre des clients des banques	61
Graphique n°06	l'année de démarrage de l'activité bancassurance	64
Graphique n°07	les assurances de personne	66
Graphique n°08	l'assurance crédit	66
Graphique n°09	l'assurance de risque simple d'habitation	67

Annexes

Liste des annexes

Annexe 01 : Demande d'Adhésion Assurance Décès IAD Emprunteur

Annexe 02 : Demande d'Adhésion SAHTI

Annexe 03 : Demande d'Adhésion CNEP Totale Prévoyance

Annexe 04 : Notice d'information : Produit SAHTI

Annexe 05 : Notice d'information : Produit Assurance des Emprunteurs « ADE »

Annexe 06 : Notice d'information : Assurance CNEP Totale Prévoyance

Annexe 07 : Police : Assistance Voyage à l'étranger

Annexe 08 : Police : Catastrophe naturelles –Immobiliers (RS)

Annexe 09 : Police : Rapatriement de corps individuel

Annexe 10 : Police : Individuelle Accident

ANNEXE 01

Questionnaire

Identification de l'agence

Dénomination de l'agence :

Remarque

En répondant, cochez la case/ les cases de votre choix.

I. Caractéristiques générale de l'agence

1. En quelle année l'agence bancaire a commencé son activité?

.....
.....
.....

2. La localisation de l'agence :

- Wilaya :
- Commune :

3. La zone de l'implantation de l'agence est :

- Urbaine

-Rurale

4. Quelle est la part du front office dans la superficie de l'agence :

-Moins de 20%

- Entre 20% et 50%

-Plus de 50%

5. Pouvez-vous nous donner les statistiques concernant l'effectif actuel de votre agence ?

.....
.....
.....

6. Quel est le nombre de vos clients ?

-Moins de 10 000 clients

- Plus 10 000 clients

7. Parmi ces client, quel sont, approximativement, le pourcentage des :

-Particuliers%

-Entreprise publiques%

-Entreprises privées%

II. l'activité de la bancassurance au sein de l'agence :

A. La bancassurance dans l'agence :

8. Connaissez-vous la bancassurance

-OUI -NON

9. La bancassurance selon vous est :

-La distribution des produits d'assurance par les banques

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

-Une forme de coopération entre banque et assurance

10. Avez-vous signé des partenariats de bancassurance avec des compagnies d'assurance ?

-OUI - NON

-Si oui, quelle sont les raisons de choix de cette compagnie ?

.....

.....

.....

11. Avez-vous commencé la pratique de cette activité au sein de votre agence ?

-OUI -NON

-Si oui, quelle est la date de début d'activité ?

.....

.....

.....

B. La réalité de la bancassurance au sein de l'agence :

12. Quels sont les produits d'assurance offerte par votre agence ?

❖ Les assurances de personnes :

-Accident -Maladie -Assistance

-Vie-décès -Capitalisation

❖ L'assurance crédit

❖ L'assurance des risques simple d'habitation :

-Multirisques habitation

-Assurance obligatoire des risques catastrophique

❖ Les risques agricoles

13. Quelle est la part des produits d'assurance dans le total des produits offerts par votre agence ?

-Moins de 10%

-Entre 10% et 30%

-Entre 30% et 50%

14. Avez-vous un personnel spécialisé à la Bancassurance ?

OUI

NON

16. La demande de vos produits d'assurance est :

-Nulle -Faible

-Moyenne -Forte

17. Avez-vous des produits d'assurance préférable par les clients ?

- OUI -NON

-Si oui, quelles sont les plus demandé ?

.....
.....
.....

19. Qui demande le plus vos produits d'assurance ?

Les particuliers	<input type="checkbox"/>	les entreprises	<input type="checkbox"/>
Les retraités	<input type="checkbox"/>	Les entreprises privées	<input type="checkbox"/>
Les fonctionnaires	<input type="checkbox"/>	Les entreprises publiques	<input type="checkbox"/>
Les investisseurs	<input type="checkbox"/>		

20. Pensez vous que les produits d'assurance offerts par l'agence répondent aux besoins de la clientèle ?

-OUI -NON

20. Offrez-vous des produits assurancielles qui sont indisponible sur le marché domestique ?

-OUI -NON

-Si oui, lesquels :

.....
.....
.....

21. Pensez-vous que les produits assurancielles offerts par votre agence répondent au besoin de vos clients ?

- OUI -NON

-Si oui et selon vous, le niveau de satisfaction est :

-Très fort

-Fort

-Moyen

-Faible

22. Comment vous gérez les produits d'assurance

-Par vous-même

-En faisant appel à un agent de la compagnie

D'assurance Avec la quelle vous êtes conventionnés

-vous êtes un simple intermédiaire et c'est la compagnie

D'assurance qui se Charge de la gestion de ces produits

23. Avez-vous des chargés de clientèle pour les produits assuranciel au sein de l'agence ?

-OUI -NON

-Si oui, quel est son effectif :

.....
.....
.....

24. Utilisez-vous un logiciel informatique dans la distribution de vos produits d'assurance ?

-OUI - NON

25. Informez-vous vos clients sur les produits d'assurance disponibles dans votre agence ?

-OUI - NON

26. Comment vous les informez ?

-Au guichet

-Par des publicités

-Par téléphone

-Par internet

-Si vous utilisez la publicité, sur quel support comptez vous ?

-la presse

-la télévision

-la radio

-les panneaux publicitaires

-brochures et dépliants

27. Préférer vous que Cette information soit :

-Détaillée

-Générale

28. Pensez vous que toute la population de votre localité d'implantation connaît vos produits assuranciel ?

-OUI - NON

-Si non, quels sont les difficultés dans la distribution des produits assuranciel ?

-Manque de compétences des banquiers dans le domaine des assurances

-Manque d'information sur les produits assuranciel

-La mauvaise image de la banque

-Autre

.....

III la bancassurance en Algérie

29. Pensez vous que la bancassurance en Algérie est en essor depuis sa naissance ?

-OUI - NON

Pourquoi ?.....
.....
.....
.....

30. Selon vous ? Ya-il des entraves qui bloque le développement de la bancassurance en Algérie ?

-OUI -NON

-Si oui, quelles sont les principales ?

.....
.....
.....
.....

31. Selon vous, quelles sont vos recommandations pour développer les activités de la bancassurance en Algérie ?

.....
.....
.....
.....

32. Pensez vous que le retard du secteur des assurances de notre pays peut être un obstacle pour le développement de la bancassurance ?

-OUI -NON

33. Pensez-vous que le facteur psychologique et le facteur culturel de la population peuvent influencer le développement de la bancassurance ?

-OUI -NON

-Si oui pensez vous que le manque de la culture des assurances de la population algérienne peut être une entrave pour l'exercice de la bancassurance ?

-OUI -NON

34. Pensez vous que votre banque a fait le bon choix ?

-OUI -NON

-Si oui pourquoi ?.....

.....

.....

.....

-Si non pourquoi ?.....

.....

.....

.....

Index des tableaux, des schémas, des graphiques et des annexes

INDEX DES TABLEAUX

Tableau	Intitulé	Page
Tableau n°01	Comparaison des avantages entre banques et assurances	14
Tableau n°02	les termes sensiblement équivalent utilisé par les banquiers et les assureurs	15
Tableau n°03	les avantages de la bancassurance	29
Tableau n°04	composition de réseau bancaire de la wilaya de Bejaia	53
Tableau n°05	Composition de banques privées de la wilaya de Bejaia	55
Tableau n°06	Présentation de l'échantillon de l'enquête	56
Tableau n°07	présentation de la qualité des répondants	57
Tableau n°08	principal rubriques et traitement statistique de notre enquête	58
Tableau n°09	pourcentage des répondants	58
Tableau n°10	caractéristique général des agences bancaire de la wilaya de Bejaia	59
Tableau n°11	la bancassurance dans l'agence	62
Tableau n°12	Les produits d'assurance offerte et leurs parts dans le total des produits offerts par les agences bancaires	65
Tableau n°13	l'importance des produits d'assurance au niveau des banques	68
Tableau n°14	la qualité des produits offerts par l'agence	69
Tableau n°15	la gestion des produits assuranciel	70
Tableau n°16	les charger de la bancassurance	70
Tableau n°17	les renseignements des clients sur les produits d'assurance	71
Tableau n°18	les difficultés lors de l'exercice de l'activité	72
Tableau n°19	La bancassurance en Algérie :	73

LISTE DES ABREVIATIONS

- SG : Société General
- BA : Banque d'Algérie
- BEA : Banque Extérieure d'Algérie
- BNA : Banque Nationale d'Algérie.
- BNP : Banque Nationale de Paris
- .CAAT : Compagnie Algérienne d'Assurance des Transport
- CIC : Crédit Industriel et Commercial
- CNEP : Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance
- CPA : Crédit Populaire d'Algérie
- DA : Dinar Algérien
- DAB : Distributeur Automatique de Billet
- IARD : Incendies Accidents Risques Divers
- ADE : Assurance Décès et Invalidité
- SAA : Société Algérienne d'Assurance
- SICAV : Société d'Investissement à Capital Variable
- CAT-NAT : Catastrophe Naturelle
- CAAR : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance
- GAV : Garantie contre Accident de la Vie
- CTP : Crédit Total Prévoyance
- BADR : Banque d'Agriculture et du Développement Rurale
- BDL : Banque de Développement Rurale
- ABC :Arab Banking Corporation
- ACM : Assurance de Crédit Mutuel
- DG : Directeur General.

Bibliographie

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

OUVRAGES

- S.De coussergues, gestion de la banque, Dunod, parais, 2002, p01
- p.Dupuch, LA BANQUE : un essai d'organisation les Editions, Paris, 1990 pp155-158.
- Fresnois couilbant, Michel Latrassé, constant l'elaishberg, les grands principes de l'assurance, Edition, Algérie, pp49.
- Marjorie Chevalier, Carole Launay et Bérangère Mainguy Analyse de la situation de la Bancassurance dans le monde
- Bernard DE GRUYSE. « La bancassurance en mouvement ». LARCIR, Bruxelles, 2005, p44.
- Marjorie CHEVALIER et al « Analyse de la situation de la Bancassurance dans le monde ». Scor Vie, Octobre 2005, p23.
- Catherine Fournier « Banques et assurances », Edition Vie § Cie 2005.
- Sandrine Chokron-Said Halla et Jean-Louis Martinez : Stratégies d'entreprises dans le secteur de la Banque et de l'assurance Edition 2014.

REVUES, ARTICLES ET COMMUNICATION, DOCUMENT

- Alain Borderie Michel Lafitte : La Bancassurance « stratégies et perspectives en France et en Europe », Revue banque Edition 2004.
 - Revue centre de recherche pour les budgets familiaux « Bien utiliser les assurances », les éditions de l'épargne, 1990, page22
 - Les informations sur les avantages de la bancassurance sont extraites d'un document interne de la banque
 - Le Maghreb DZ
 - magazine news «cellule communication de la CNEP Banque, bancassurance », Edition juin 2008.
 - Revue, de la chambre de commerce d'industrie Algéro-française, Edition 2011.
- Tewfik Abdelbari, Chiffres d'affaires, bénéfiques : le secteur algérien des assurances à la loupe, Avril 2016

-Panorama de la bancassurance en France et en Europe

-SAA, police d'assurance contre les effets des catastrophes naturelles, édition aoute, 2004.

- Djamel Zidane, 2015, Centre de documentation division informatique & de la communication

-Mohamed El Amine BARKAT, 2010, Les progrès de la bancassurance en Algérie, Articles du même Bulletin.

- Djamel BENMAMAR, 2012, LA BANCASSURANCE.

-document interne, direction de développement/ ensemble de la force de vente, tout s'avoir sur l'assurance individuelle accédant. Mars 2014

TRAVAUX UNIVERSITAIRES

-lalali .R : contribution à l'étude de la bancarisation et de la collecte des ressources en Algérie .cas des banques de la wilaya de Bejaia, mémoire de magister en science économique, université de Bejaia 2003, p58-60-61.

-Belkadi S. : les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie, mémoire de magistère en science économique, université de Tizi ouzou, p 10-11.

-Inspiré de MEZDAD.L : Essai d'analyse du secteur des assurances et sa contribution dans l'intermédiation financière, mémoire du magister Université A. MIRA, Département Sciences Economique. Juillet 2006.

- Belkadi S. : les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie, mémoire de magistère en science économique, université de Tizi ouzou, p 10-11.

-une technique d'intégration financière consiste à transformer certain créances bancaire non liquide en titre liquide et négociables.

-Ourabah H...Ziamni T... « Les voies de développements de la bancassurance en Algérie », Bejaia, 2012, Page 08.

-Ouiza BELHOCIN « la bancassurance en Algérie, réalité et perspectives ». Diplôme Supérieur d'Etudes Bancassurance. Alger : Ecole Supérieure de banque, Nov.2009, p69et70.

-Aya Clémentine YAO « les nouveaux relais de croissance de la bancassurance » Thèse professionnelle. Ecole nationale d'assurances, 2011, P 74

-Mohamed AMMI, 2009, La bancassurance : une nouvelle dynamique en marche pour la BADR.

-AAKA. ; ABDELFTTAH N. ; ADRAR S. ; « la bancassurance en Algérie : du concept au développement »

-AAKA., ABDLFATAH N., « la bancassurance en Algérie : du concept de développement », Bejaia, 2010 page 45.

-Belkadi saliha, les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algerie université mouloud mammeri de tizi ousou.

- Mr. BENNADJI Tahar, Les enjeux de la bancassurance et les Perspectives de son développement en Algérie, 2003

RAPORTS

- Rapport 2010 ((Evolution économique et monétaire en Algerie)). Algerie : Banque D'Algerie, juil. 2011, P156.

LES TEXTES REGLEMENTAIRES

-L'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995, relative aux assurances (JO n° 13 du 18 / 03 / 95).

-L'ordonnance n° 96 – 06 du 10 janvier 1996, relative à l'assurance crédit à l'exportation (JO n° 3 du 14 / 01 /96).et leurs textes d'application.

- l'article 306 de la loi 17-99 portant Code des assurances.

-la loi n° 06-04 du 26 février 2006 (art: 53), modifiant et complétant l'Ordonnance 95-07 (art : 252).

-L'ordonnance n°66 129 portant sur la nationalisation de la société Algérienne d'assurance

-la loi n° 07/80 du 09 Aout 1989 relative aux assurances

-Ordonnance 95.07 du 25 janvier 1995 : loi qui régit le secteur des assurances en Algérie.

Sites web

-[www.le soir d'algerie.com](http://www.le-soir-d-algerie.com).

-www.lemidi-dz.com.

-[www.cna. Dz](http://www.cna.dz)

-[www. Caar. Dz](http://www.Caar.dz)

-[www. Caat. Dz](http://www.Caat.dz)

-www.bank-of-algeria.dz

- www.cna.dz.

-www.cnes.dz.

-www.scor.com.

TABLE DES MATIERES

Dédicace

Remerciements

Index des abréviations

Sommaire

Introduction générale ----- 01

CHAPITRE I : la configuration des acteurs de la bancassurance

Introduction ----- 04

Section 1 : présentation de la banque et ses métiers ----- 04

1. Définition de la banque ----- 04

2. le rôle et caractéristique de la banque ----- 04

2.1. La gestion de l'argent de clients ----- 04

2.2. Acceptation des dépôts ----- 05

2.3. Accord des crédits ----- 05

2.4. Facilité des opérations des paiements ----- 05

3 .les métiers de la banque ----- 05

3.1 .Les Banque de détail ----- 05

3 .2 .Les banques de dépôt ----- 06

3-3-Les banques d'investissement----- 06

3 .4.Les banques privées ----- 06

3 .5.Les banques mutualiste ou coopérative -----	07
3.6. La banque solidaire -----	07
4. Typologie des fonctions bancaires -----	07
4 .1.Les fonctions de direction générale -----	07
4 .2.Les fonctions commerciales et assimilées -----	07
4 .3.Les fonctions d'exécution -----	08
4 .4.Les fonctions d'intendance générale -----	08
4.5. Les fonctions purement fonctionnelles -----	08
4.6. Les fonctions administratives -----	08
Section II : Définition et rôle des assurances -----	09
1. Définition de l'assurance -----	09
2. Types d'une opération d'assurance -----	09
2.1. Assurance dommage -----	09
2.2. Assurance des personnes -----	10
3 .Le rôle social et économique de l'assurance -----	10
3.1. L'investissement -----	11
3.2. La reconstitution du patrimoine -----	11
3.3. Le développement de l'esprit d'entreprise -----	11
4. Les acteurs d'un contrat d'assurance -----	12
4.1. L'assuré -----	12
4.2. L'assureur -----	12
4.3. Le réassureur au le cessionnaire -----	12
4.4. Le souscripteur -----	12

4.5. Le bénéficiaire-----	13
4.5. Le tiers -----	13
Section 3 : le rapprochement entre la banque et l'assurance -----	13
3.1. La relation entre les deux métiers -----	13
3.1.1 La place de l'épargne dans les produits d'assurance et de la banque -----	14
3.2. Les motivations de rapprochement -----	15
3.2.1. La désintermédiation financière -----	15
3.2.2. La déréglementation -----	15
3.2.3. La mondialisation-----	15
3.2.4. Les avances technologiques -----	16
3.2.5. Le développement de l'épargne assurance -----	16
3.3. Historique et causes d'appariation de la bancassurance -----	16
3.3.1. Historique -----	16
3.3.1. Les cause d'apparition de la bancassurance-----	17
CONCLUSION -----	20
Chapitre II : bancassurance en mouvement -----	21
Introduction -----	21
Section 1 : le concept de la bancassurance -----	21
Historique et Définitions de la Bancassurance -----	21
1. Historique-----	21
2. Définition -----	21
3. Le cadre réglementaire de la banque assurance en Algérie -----	22
3.1. La convention de partenariat entre la CNEP-banque et crédit el Djazair -----	22

3.2. La convention BDL-SAA -----	23
3.3. La convention BADR-SAA -----	24
3.4. La convention BNA-CAAT -----	24
3.5. Le partenariat BNA-CAAR -----	24
3.6. Le partenariat CPA-CAAR -----	25
3.7. Le partenariat BEA-CAAR -----	25
Section 2 : Analyse de la bancassurance en Algérie -----	.25
1. Les Avantages de la bancassurance -----	25
1.1. Les avantage pour la banque -----	25
1. 2. Les avantages pour le consommateur -----	27
1.3. Les avantage pour le législateur -----	27
2. les limites et les risques de la bancassurance en Algérie -----	29
1. Pour les banques -----	30
1.1.La cannibalisation des produits bancaires -----	30
1.2.Le risque de l’image de la banque -----	30
1.3. Des méthodes de travail différentes -----	30
1.4. La formation de personnel -----	31
1.5. La divergence des cultures commerciales-----	31
2. Pour les assureurs -----	32
2.1. Le transfert du centre de décision -----	32
2.2.Le traitement des sinistres et la sélection des risques -----	33
2.3. Le secret bancaire-----	33
3. Pour l’Etat -----	33
3.1.Les effets sur le niveau de solvabilité -----	33
3.2.L’aléa moral -----	34
3.3. Restreindre la concurrence -----	34
3.4. Le risque de contagion -----	34
Section II : les fondements de la bancassurance -----	35
1. Produits distribués par les bancassurances en Algérie -----	35

1.1. Les produits constituant le prolongement naturel des opérations bancaires -----	36
1.2. Les produits d'assurance liés aux crédits -----	36
1.3. Les produits d'assurance liés aux dépôts -----	38
1.4. Les produits d'assurance liés aux instruments de paiement-----	39
2. Les produits d'épargne à forte dominante financier -----	40
2.1. Les produits simples -----	40
2.2Les produits complexes -----	40
3. Les produits de prévoyance -----	42
4. Les produits d'assurance de dommages-----	43
5. Les produits packagés-----	44
Section III : évolution de la bancassurance en Algérie-----	44
1. L'implantation de la bancassurance en Algérie -----	44
1.1. Les pré-requis d'implantations favorables -----	45
1.1.1. Au niveau de la banque -----	45
1.1.2. Au niveau assurance -----	46
1.1.3. Au niveau macroéconomique -----	47
2. État de marché de la bancassurance en Algérie -----	48
Conclusion -----	50
Chapitre III : Analyse de la bancassurance dans la wilaya de Bejaia -----	51
Introduction -----	51
Section I : présentation et méthodologie de recherche -----	51
1. Présentation de l'enquête par questionnaire -----	51
2. Le contexte actuel du réseau bancaire de Bejaia -----	52
Section II : l'analyse et interprétation de résultat du questionnaire -----	56

1. caractéristique générales de L'agence -----	57
2. L'activité de la bancassurance au sein de l'agence -----	61
2.1. La bancassurance dans l'agence -----	61
2.2. La réalité de la bancassurance au sein de l'agence -----	64
SECTION III : Les obstacles et recommandations de la bancassurance en Algérie-	77
1. Les obstacles entravant le développement de la bancassurance en Algérie -----	77
2. Les recommandations pour le développement de la bancassurance -----	78
Conclusion -----	79
Conclusion générale -----	80
Bibliographié -----	84
Index des tableaux, des graphiques, des schémas et des annexes	
Annexes	
Table des matières	

Résumé

Grâce à une déréglementation financière, et suite à la concurrence, la banque a conçu de diversifier ses produits pour garder sa place dans les marchés. Deux industries pourront peut-être parvenir à de vraies alliances. La bancassurance est née en France dans les années 1980. Elle désigne la distribution des produits d'assurance à travers des guichets bancaires, un succès émerge de la bancassurance dans certains pays de monde, et notamment en Europe, mener l'Algérie à opter ce métier à travers la loi de février 2006, l'Algérie a commencé à pratiquer la profession de bancassurance au niveau de sa banque à partir de l'année de 2008. En signant des conventions avec les compagnies d'assurance.

En Algérie, malgré les efforts fournis, l'activité de la bancassurance reste souffrir de quelque problème bloquant son développement.

Mots clés : Alliances, La bancassurance, Distribution des produits d'assurance, Convention