

Analyse du contexte global de la bancassurance en Algérie Etude comparative

Dr- HAMOUL TARIK Université de Bechar. univbtarek@gmail.com

Dr- Kassoul Sofiane Université de Bechar. sofianekassoul@hotmail.fr

Résumé:

Cette étude vise à démontrer que l'assurance est présentement devenue l'une des normes de la différenciation dans l'ère moderne et le degré du progrès économique d'un pays dépend quasiment de l'assurance et du secteur bancaire qui représentent des créneaux clés du développement. En plus l'assurance est devenue l'une des principales conditions préalables pour le développement économique de divers types (industriels, agricoles, prestataires...etc.). La lisière entre la banque et l'assurance, qui ont cohabité longtemps, est progressivement disparu avec l'apparition du modèle de la bancassurance.

Cette dernière est considérée en première analyse comme un mode de distribution originale des produits d'assurance par les établissements bancaires. Ce circuit de commercialisation des contrats d'assurance à domination financière via les banques est relativement récent. Le secteur des assurances et les entreprises financières en Algérie, et comme d'autres secteurs et institutions algériennes, ont vu et voient encore des réformes, mais ces métamorphoses et ces reformes ne touchent pas les stratégies de la bancassurance ; malgré le rôle primordial joué par cette dernière en matière de soutien et développement du secteur et le marché des assurances en Algérie.

Mots-clés: Risques - Assurances - Développement - Marketing des assurances - Banques-Bancassurance.

المخلص:

لقد أصبح التّأمين اليوم من معايير التّمايز في العصر الحديث. فقياس درجة التّقدم الإقتصادي لأي دولة يعتمد على قياس صناعتي التّأمين والمصارف باعتبارهما من الخدمات الغير منظورة التي تؤمن حاجات المجتمع و المؤسسات. وقد بات التّأمين أحد أهم متطلبات التنمية الاقتصادية بمختلف أنواعها (الصناعية، الزراعية، الخدماتية...الخ). فالخط الفاصل بين القطاع المصرفي وقطاع التّأمين اختفى تدريجيا مع ظهور نموذج صيرفة التّأمين، وهذا نظرا للمستجدات و التطورات المتسارعة التي تشهدها المعاملات المالية و المصرفية. مما حتم على شركات التّأمين و المصارف التكامل و الاشتراك في نشاطاتها و أعمالها المالية بدأ بتقديم بعض المنتجات و الخدمات التّأمينية. فيمكن التعبير عن هذا التوجه الحديث في المجال المالي على أنه عملية توزيع أو تسويق الخدمات التّأمينية من خلال البنوك لتحسين و تطوير خدمات التّأمين في ظل العديد من العقبات التي يتميز بها مجال التّأمين أهمها غياب الثقافة التّأمينية. فقطاع التّأمين و المؤسسات المالية الجزائرية كغيرها من القطاعات و المؤسسات الجزائرية شهدت و لازالت تشهد مسار إصلاح طويل، غير أن هذه التغييرات و الإصلاحات لم تشمل جانب صيرفة التّأمين بالشكل الكافي و الدور الذي تؤديه هذه الأخيرة في دعم و تطوير سوق التّأمين الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: المخاطر - التّأمين - التنمية - تسويق الخدمات التّأمينية - صيرفة

التّأمين.

Classification JEL: G21.G22.

Introduction:

Dans de nombreux pays, le sujet de La bancassurance est devenu incontournable pour les banquiers et les assureurs qui cherchent à reproduire les succès existants. La bancassurance a cessé d'être un concept réservé aux professionnels même si l'on fait la part de l'accélération de l'histoire, on ne peut qu'être frappé de la vitesse avec laquelle ce qui n'était, il y a dix ans encore, qu'un timide mouvement dont seuls quelques initiés parlaient, est devenu aujourd'hui une notion communément admise au sein du public informé. Ce travail va démontrer que la bancassurance comme mode de distribution des produits d'assurance s'applique beaucoup plus en Europe, et cherche à voir ce qui se passe dans l'autre rive de la méditerranée et plus particulièrement en Algérie. et cela Après quelques points sur l'historique de la bancassurance et sa définition, nous tenterons de répondre à certaines questions souvent soulevées : Pourquoi la bancassurance s'est-elle développée dans certains pays (l'Europe) et pourquoi l'Algérie cherchent-ils à reproduire ce modèle et bénéficier de ces avantages? Quels sont les caractéristiques des produits distribués par les bancassureurs?

L'objectif de cette étude est de mettre en évidence l'importance de la bancassurance, mais aussi de voir comment elle se met en place et s'articule concrètement à plusieurs niveaux. en plus Ce travail est d'une importance indéniable pour les banques, les sociétés d'assurance et l'Etat. Car l'intérêt d'étudier le développement de la bancassurance s'explique par trois raisons:- L'objectif de cette étude est de mettre en évidence l'importance de la bancassurance, mais aussi de voir

comment elle se met en place et s'articule concrètement à plusieurs niveaux.- La seconde s'explique par les mutations que connaît le secteur avec l'avènement d'un environnement plus complexe et la libéralisation du secteur qui constitue un important défi qu'il faudra relever.- Ainsi, l'intérêt du thème découle de la nécessité pour les banques et les compagnies d'assurances de se préparer en cette période d'ouverture pour opérer un reengineering qui semble être mis en cause par les profondes mutations que connaît le secteur.

1-Approche théorique de la bancassurance:

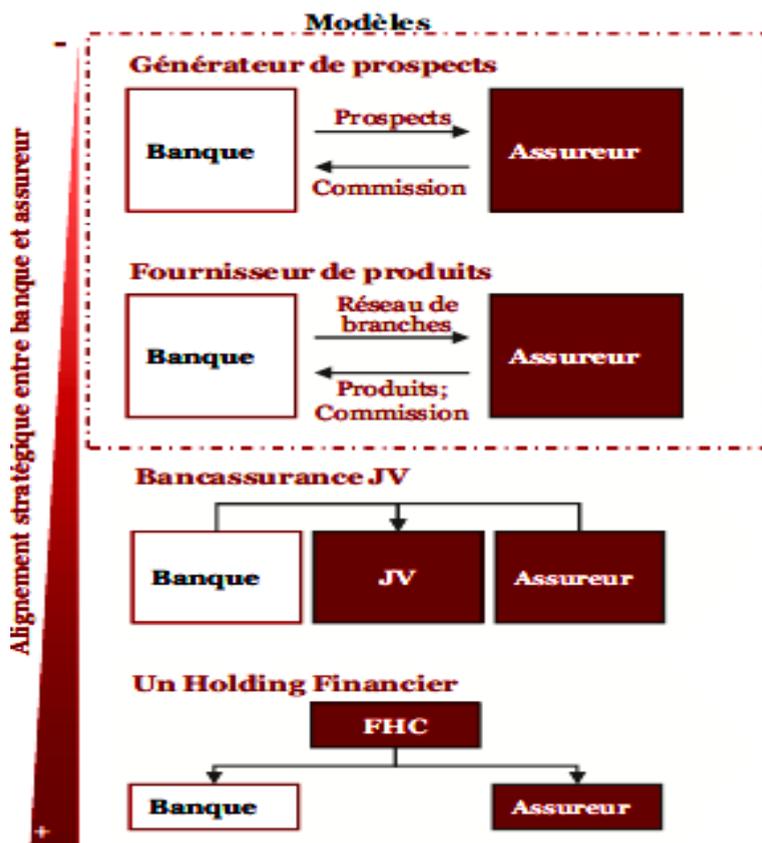
1-1-Définition De La Bancassurance :

La bancassurance est une notion qui peut être interprète de diverse façon. On n'en trouve pas de définition claire en pratique ou en théorie (point de vue fonctionnel - point de vue institutionnel). Le premier s'entend comme des services financiers intégrant les produits de la banque et de l'assurance. Par exemple : la souscription d'assurance concernant les moyens de paiement (perte de carte, de chéquier, ...) ou l'assurance de perte de revenus (chômage, invalidité, ...) associée à la tenue d'un compte courant. Le second concerne la façon dont est organisée la collaboration entre la banque et l'assurance ou d'autres organismes non bancaires, et en sens inverse de la diversification de groupes d'assurance dans la banque. Cela se traduit de plus en plus par la création ou l'achat de sociétés d'assurances par des groupes bancaires, et en sens inverse de la diversification de groupes d'assurance dans la banque. La plupart des banques aujourd'hui proposent des produits d'assurance classiques (IARD - Incendies, accidents, et risques divers et maintenant santé) et la plupart des assureurs

offrent désormais des services bancaires (tenue de compte, moyens de paiement, crédit..) ¹

1-2- Les stratégies et les modèles de la bancassurance

En pratique, il existe plusieurs stratégies de bancassurance : on peut citer la signature d'un accord de distribution entre la banque et la compagnie d'assurance (Générateur de prospects et Fournisseur de produits), la signature d'un partenariat avec prise de participation stratégique ou par la création de filiales communes (Bancassurance Joint venture) ou la création d'un Holding financier.



a- Générateur de prospects et Fournisseur de produits(Accord commercial de distribution):

Aujourd'hui, il est assez rare que le fabricant vende directement ses produits à l'utilisateur final. En général, une multitude d'intermédiaires aux noms variés s'interposent entre le producteur et le consommateur final².

Le circuit de distribution est un mode d'organisation permettant d'accomplir des activités qui ont toutes pour but d'amener au bon endroit et au bon moment les produits appropriés³. Le recours aux intermédiaires se justifie lorsqu'ils remplissent les fonctions de commercialisation plus efficacement que les producteurs. Par exemple, les produits d'assurance peuvent être vendus par les réseaux bancaires à des coûts inférieurs à ceux des services de l'assurance.

_ La banque agit comme générateur de prospects

_ La force de vente de l'assureur approche les prospects

_ La banque reçoit des commissions/frais liés aux ventes concrétisées

_ Défis liés au: secret bancaire, dévouement des employés à générer des prospects, à la différenciation, etc.

_ La banque distribue des produits d'assurance dans ses branches et à travers ses réseaux de distribution

_ La compagnie d'assurance agit en tant que fournisseurs et développeurs de produits

_ La banque reçoit des commissions/frais liés aux ventes concrétisées

_ Défis: La stratégie de la banque, le dévouement des employés à la bancassurance, la formation, la différenciation, etc.

-on remarque que la Banque jouant un rôle d'intermédiaire pour une compagnie d'assurance et les banque peuvent être associées à une ou plusieurs compagnies d'assurance.

b- Bancassurance joint venture (JV) et Un Holding Financier (Intégration complète):

Les banques distribuent des produits d'assurance personnalisés à travers leurs branches et leurs réseaux de distribution :

- _ Les banques et les compagnies d'assurance partagent la même vision, les mêmes objectifs et même la même culture
- _ Les banques peuvent recevoir des commissions/frais liés aux ventes concrétisées
- _ Défis: L'engagement des partenaires, le dévouement des employés pour la bancassurance, la formation, l'animation des réseaux, le rendement pour la banque, etc.

3-Part de marché par réseau de distribution

C'est en Europe, que la bancassurance a connu son essor et ses plus grands succès, grâce initialement à un environnement juridique plus favorable que dans le reste du monde. Un constat aujourd'hui, quel que soit le pays européen, le paysage de la

bancassurance est en pleine développement (schéma 02).

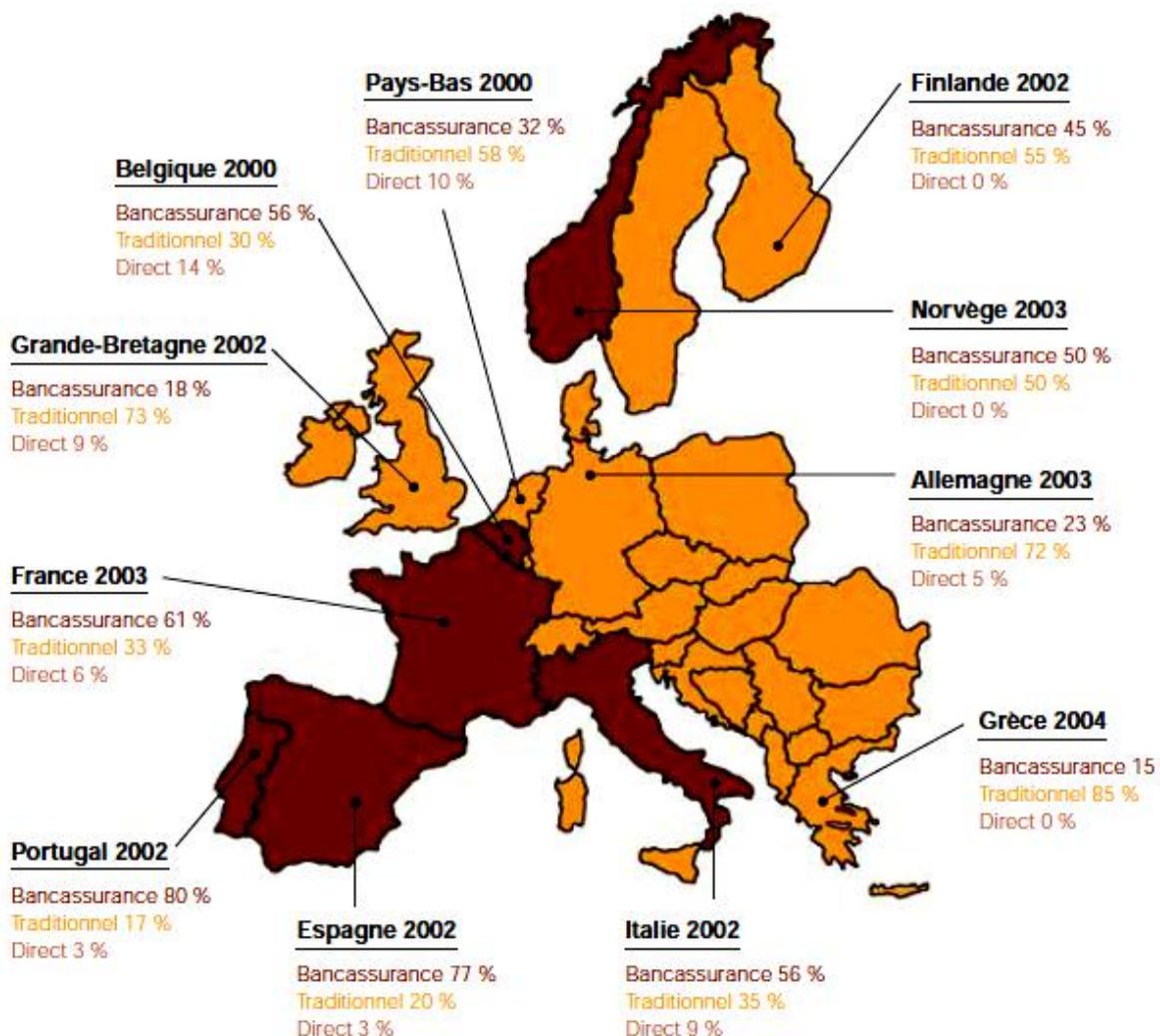


schéma n 02:Part de marché par réseau de distribution

source: Chevalier Marjorie. Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde. Scor vie. Octobre 2005,p:29.

4- Comparaison entre le model européen et le modèle Algérien

Tableau n 01:comparaison entre le model européen et le modèle Algérien

| Model Européen | Modèle Algérien |
|---|--|
| Densité bancaire et taux de bancarisation relativement élevés | Densité bancaire et taux de bancarisation relativement faibles |
| Des avantages fiscaux importants liés à l'assurance vie (Italie, Espagne, France) | Absence ou limitation des avantages fiscaux (ou problèmes d'application) |
| Pas de restrictions réglementaires | Absence ou limitation de réglementations liées à la bancassurance ' |
| Modèles de bancassurance plus intégrés | Modèles de bancassurance observés sont Plutôt ou principalement des accords commerciaux (convention de distribution) |
| Sensibilisation à l'assurance et son importance relativement élevée | Sensibilisation à l'assurance et son importance relativement faible |
| Une approche multicanaux à la bancassurance | Une approche basée principalement sur la branche ou l'agence de la banque |
| l'image positive de l'assureur | l'image négative de l'assureur (services |

après vente)

Taux élevés de la culture financière et
assurancielleTaux faibles ou l'absence du culture
financière et assurancielle

La qualité élevés des services

Une faible Qualité des services

Source : Données recueillies du La Convention de distribution des produits d'assurance et Les perspectives de la bancassurance Développements et facteurs clefs de succès, www.pwc.com/middle-east, p:08

En Europe, la stratégie de la bancassurance a réussi à devenir le principal acteur en assurance (surtout en assurance vie) a cause de ses avantages et bénéfiques pour les participants. pour cette raison et d'autres, nous avons choisi le modèle européen et car le succès fulgurant de la bancassurance dans certains pays d'Europe du Sud se confirme chaque année davantage, puisqu'en ces dernières année la bancassurance en France a connu de nouveau une croissance de son chiffre d'affaires. Il en est de même en Espagne et au Portugal où ce réseau de distribution reste prépondérant et devient un enjeu stratégique vital pour les acteurs de l'assurance en plus les bancassureurs vie continuent à grignoter des parts de marché et profitent pleinement de la reprise de l'assurance vie. Désormais l'ensemble des participants s'accorde à dire que le mouvement engagé est irréversible et va continuer à se développer⁴. Le développement de ce modèle est aussi entravé par les intermédiaires qui opèrent déjà sur le marché, et notamment les agents d'assurance, qui sont considérés pour longtemps la destination des clients pour s'assurer¹. Les contrats d'assurance sont traditionnellement distribués par les réseaux d'assurance, c'est à dire les compagnies d'assurance ; or les agents d'assurance éprouvent un certain

ressentiment à l'égard de la Bancassurance, d'autant plus que la distribution des produits bancaires n'est pas très avantageuses pour eux ; cela peut freiner le développement de ce nouveau mode de distribution puisque les avantages qu'il présente pour les banques sont dangereux pour les agents². Donc, et suite à l'apparition et au développement de la Bancassurance, les deux partenaires à savoir la banque et la compagnie d'assurance doivent agir pour rester compétitifs⁷; en effet et d'une part, la diversification des activités bancaires doit être pratiqué avec beaucoup d'attention pour que la qualité du service bancaire ne s'en trouve pas amoindrie ; d'autre part, les agents d'assurance sont appelés à diminuer leur taux de commission¹.

5- Les avantages de la bancassurance

- La bancassurance offre plusieurs avantages à chacune des parties prenantes de ce modèle comme il est démontré dans le tableau n02:

Tableau 02:les avantages de la bancassurance

| L'assureur | La banque | Le consommateur |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Accès à une nouvelles clientèle• Diversification des modes de distribution• Bénéfice de la bonne | <ul style="list-style-type: none">• Nouvelle source de revenue• Diversification des activités génératrices de profit• « One stop shop » des | <ul style="list-style-type: none">• Accessibilité à tous les services financiers de la banque• Produits d'assurance à des prix réduits grâce aux faibles |

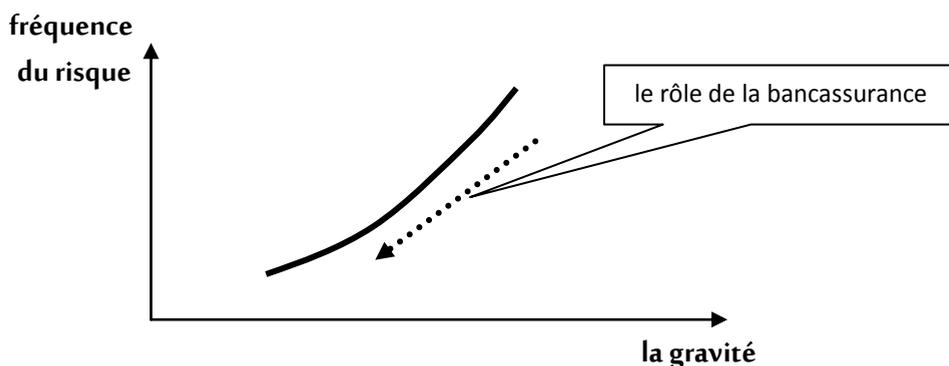
| | | |
|---|---|--|
| image et de la confiance souvent associées aux banques | services financiers | coûts de distribution |
| • Implantation rapide sur un nouveau marché grâce au réseau existant de la banque | • Fidélisation de la clientèle de la banque grâce à la diversité des produits et services | • Mode de règlement simplifié |
| • Réduction de coûts de distribution par rapport aux frais inhérents aux agents traditionnels | • Coûts de distribution presque marginaux vu que les employés de la banque eux mêmes commercialisent les produits d'assurance | • 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 |

source: Les perspectives de la bancassurance Développements et facteurs clefs de succès, www.pwc.com/middle-east, p:05

En plus de ce qu'est démontré dans le tableau au dessus, les banques perçoivent un intérêt lié à la commercialisation de produits d'assurance et que la vente des produits de bancassurance permet, également, d'augmenter le périmètre de commercialisation des réseaux bancaires et constitue, donc, un levier supplémentaire de rémunération des forces de vente, d'une part. D'autre part, la commercialisation des produits d'assurance permet aux banques d'identifier de nouveaux besoins en

termes de produits bancaires et de mieux connaître les comportements de leurs clients. Ce dernier point est primordial, dans le cadre de la mise en œuvre d'une approche proactive de gestion du risque comme il est démontré au dessous(schéma 4). Un client qui souscrit une assurance vie possède un actif que la banque peut intégrer dans le cadre de la consolidation des risques de ce client. Par ailleurs, et au-delà du cross-selling (vente croisée) ainsi réalisé, il existe un réel effet de fidélisation de la clientèle : il est plus facile pour un client de résilier un seul produit bancaire que de résilier un ou plusieurs produits d'assurance.

Schéma 03: le rôle de la bancassurance



source: Jean Le Ray- Gérer Les Risques –Pourquoi ? Comment ?-Edition AFNOR, France.2006.

6- Principales caractéristiques des produits distribués par les banques (bancassureurs):

Tous les bancassureurs le savent : la clé du succès est avant tout de rester simple. Ce constat de produits simples, standardisés et parfois même "packagés" avec des produits bancaires nous semble essentiel. A son démarrage, la bancassurance s'inscrit dans une logique de distribution de masse, dédiée à une clientèle bancaire de particuliers. Pour cela, les produits distribués doivent être complètement adaptés au réseau bancaire, c'est à dire synchronisés aux procédures de vente de la banque, dans lesquelles nous incluons l'uniformisation des bulletins d'adhésion, une sélection médicale et financière aussi simplifiée que possible et une standardisation de toutes les transactions. Cela signifie aussi des montants de garanties souvent limités, et ce, de façon à faciliter la vente, car des garanties réduites induisent des petites primes plus facilement acceptées par le client. Sans cette recherche de simplification, les réseaux auraient, sans aucun doute, une grande réticence à proposer indifféremment des produits bancaires et/ou d'assurance à leur clientèle⁵.

- même si certains banques préfèrent commercialiser des produits plus "complexes", elles doivent pouvoir expliquer en des termes simples, le concept et la finalité de ce produit, même si sa nature est complexe⁶.

Les produits vendus par les banques doivent être bien positionnés et intégrés dans la gamme des produits bancaires. En plus, Il est primordial de gérer la complémentarité entre les assurances vie et les produits de dépôts bancaires.

7- Analyse du contexte global de la bancassurance en Algérie

L'un des changements les plus significatifs dans le secteur des services financiers, depuis seulement quelques années, est l'apparition et le développement de la bancassurance. C'est à partir des années 1980-1990, que la distribution des produits d'assurance par l'entremise des guichets bancaires a commencé à se généraliser en Europe, notamment en France, donnant naissance à un nouveau concept qui définit les divers rapprochements entre les banquiers et les assureurs, connu sous le nom de Bancassurance. Mais, ce terme ne recouvre pas uniquement une spécificité de distribution. D'autres composantes, d'ordre légal, culturel et/ou comportemental peuvent être intégrées au concept de la bancassurance. C'est, en effet, l'ensemble de ces caractéristiques qui peut expliquer les différences marquées de la bancassurance d'un pays à un autre. Alors qu'elle domine très nettement sur certains marchés, représentant parfois plus de deux tiers du chiffre d'affaires en assurance de personnes, comme c'est le cas en Espagne et en France, d'autres marchés semblent, quant à eux, ne pas l'avoir retenue comme modèle. Effectivement, dans la plupart des pays du tiers monde, les secteurs de l'assurance et de la banque sont le plus souvent en voie de restructuration, ce qui laisse présager un énorme potentiel de développement.

Introduite en 2006, à travers la loi 06-04, modifiant et complétant l'ordonnance 95-07 relative aux assurances, et après une décennie de son institutionnalisation, la bancassurance a permis aux banques, établissements financiers et assimilés, la commercialisation de certains produits d'assurances, à savoir les assurances de personnes, l'assurance crédit ainsi que l'assurance des risques simples d'habitation (multirisques habitation, assurance

obligatoire des risques catastrophiques et risques agricoles) comme il est démontré dans le schéma 3. Dans ce sens, de nombreuses conventions de partenariat entre banques et sociétés d'assurances ont été signées, entre autres ⁷ :

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

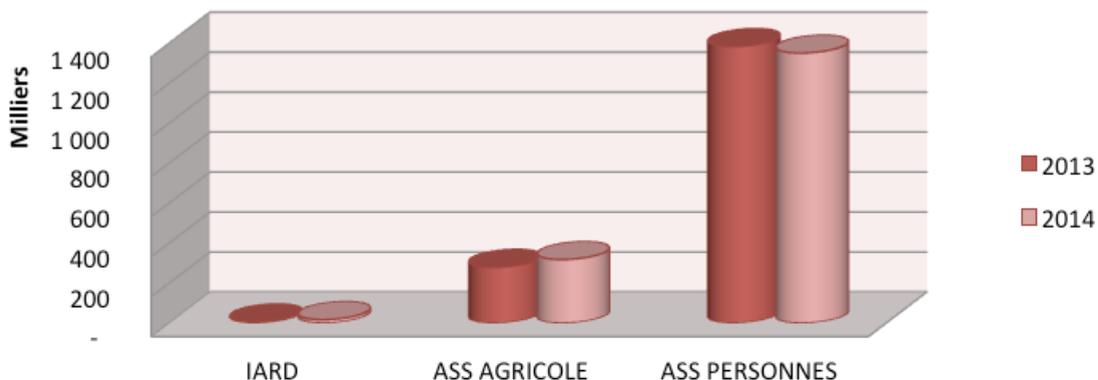
Les produits d'assurance pouvant être distribués, selon l'arrêté du 6 août 2007, fixant les produits d'assurance pouvant être distribués par les banques, établissements financiers et assimilés, ainsi que les niveaux maximum de la commission de distribution, sont ceux relatifs à/aux :

1. branches d'assurance de personnes : accidents, maladie, assistance, vie-décès, capitalisation ;
2. l'assurance crédits ;
3. l'assurance des risques simples d'habitation :
 - "Multirisques habitation" ;
 - Assurance obligatoire des risques catastrophiques ;
4. risques agricoles ⁸.

8- Les spécificités des produits distribués par les bancassureurs algériens;

Il y a deux types de produits distribués dans le cadre de la bancassurance. La première catégorie de produits inclut les produits d'assurance classiques que distribuent également les assureurs via leurs réseaux propres (assurances de dommages, assurance de personnes,...etc). La deuxième catégorie qui est plus spécifique à l'activité de bancassurance, associe des services bancaires à des services d'assurance (assurances cartes bancaires ou, plus généralement, associées aux moyens de paiement, assurance-crédit, assurance intégrée à la tenue de compte bancaires,...etc). En général, il s'agit de produits simples, ne nécessitant pas une connaissance technique poussée afin qu'ils soient aisément commercialisables par le personnel bancaire. Toutefois, la spécificité de la bancassurance réside davantage dans la mise en œuvre de synergies organisationnelles, commerciales et opérationnelles entre les compagnies d'assurance et les banques⁹.

Evolution de la Bancassurance par Branche



source: Manel BRAHIMI, Dix années après son introduction dans le marché national, La bancassurance intimement liée au développement des AP, revue de l'assurance, N°14/ Juillet à Septembre 2016-Revue éditée par le Conseil National des Assurances, p:10

D'après le schéma n 04la Production de la Bancassurance 2012-2014 Enregistrant un chiffre d'affaires de 1,7 milliards de DA en 2014 (tableau 01), la bancassurance a maintenu son niveau de production par rapport à 2013, avec une légère hausse de 1,02%. Même avec une baisse de 2,4%, les sociétés d'assurance de personnes représentent 80,1% de la production totale en bancassurance, le reste est généré par les assurances de dommages et plus précisément par l'assurance agricole à

savoir 94,7% du total des sociétés de dommages. Au titre de l'exercice 2014, les commissions versées aux banques s'élevèrent à 265 millions de DA.

Tableau 03:la Production de la Bancassurance 2013-2014

| En milliers de DA | IRD | ASS AGRICOLE | ASS PERSONNES | ASS CREDIT | TOTAL |
|----------------------|--------|-----------------|------------------|---------------|-----------|
| 2013 | 6 293 | 279 553 | 1 384 112 | - | 1 669 959 |
| 2014 | 17 682 | 318 182 | 1 351 061 | - | 1 686 925 |
| Total | 23 975 | 597 735 | 2 735 173 | | |

source: Manel BRAHIMI, La bancassurance intimement liée au développement des AP, revue de l'assurance, N°14/ Juillet à Septembre 2016-Revue éditée par le Conseil National des Assurances, p:10.

L'évolution du marché de la bancassurance marque une forte croissance en 2013. En effet, le dynamisme affiché par cette activité a généré un encaissement de primes ayant dépassé la barre du 1,6 milliard de dinars, réalisant, de ce fait, une croissance de 26,9%, soit une plus-value de 356 millions de dinars par rapport à l'année 2012¹⁰.

D'un point de vue institutionnel, le cadre mis en place en Algérie et la cohérence entre la loi bancaire et la loi des assurance et d'autres loi et dispositions légales, réglementaires et conventionnelles, permet d'opérer les activités de bancassurance à l'identique que dans des pays plus mûrs économiquement. D'un

point de vue opérationnel, les dispositifs mis en place entre les établissements bancaires et les compagnies d'assurance, vont dans le bon sens et les résultats liés à l'activité de bancassurance (aussi bien dans les comptes de résultats des banques que dans celui des compagnies d'assurance) montrent que le potentiel est important. Néanmoins, le modèle algérien est contraint par une spécificité forte de l'économie algérienne à savoir la faiblesse actuelle de son secteur financier. Au-delà d'une activité d'intermédiation bancaire forte, la bancassurance, et plus généralement le secteur des assurances, a besoin, pour se développer, d'un marché financier volumineux et dynamique afin d'offrir des débouchés en termes d'investissement et, donc, de placement et d'épargne¹¹.

Resultas:

la bancassurance c'est une intermédiation qui permet aux assureurs de se déployer davantage sur le marché des assurances, donnant, ainsi, l'opportunité aux clients d'accéder aux prestations bancaires et aux produits d'assurances au niveau d'un seul guichet. Cette mutation intervenue dans la sphère financière, au titre de la réforme globale du système financier, a induit un développement progressif de la bancassurance qui, compte tenu de l'évolution des statistiques, augure de perspectives prometteuses. Les chiffres de 2013 publiés par le conseil national des assurances confirment cette tendance vers une croissance non négligeable de ce créneau. Aussi, traduisent-ils le fort potentiel que renferme le marché de la bancassurance, en particulier, en termes d'assurance de personnes, un segment très encouragé par l'intervention bancaire à ce niveau, mais aussi, par la réglementation

qui a instauré une certaine synergie entre banquiers et assureurs dans le cadre de cette intermédiation. Une interaction profitable aux banques qui, en parallèle de leur missions classiques, ont eu cette opportunité de proposer d'autres services bancaires, et par conséquent, d'optimiser leur rentabilité, ainsi qu'aux assureurs, à travers un accès plus large à l'épargne clientèle des banques, pour intéresser un plus grand nombre de souscripteurs aux produits de l'assurance. mais il faut comprendre qu'il y a des facteurs du succès pour la bancassurance Algérienne qui sont des composantes plus diverses que la législation, les habitudes de consommation, l'importance des réseaux bancaires et assurantiels font que le concept de bancassurance s'intègre ou ne s'intègre pas au marché préexistant de l'assurance et permettre de bénéficier des avantages de cette stratégies. et si certains facteurs sont absents, la bancassurance tarde à se développer, tel que :

-l'absence d'adaptation des produits peut freine son expansion ;

-la législation et la réglementation (l'exemple de la Royaume-Uni -Financial Services Act en 1986 - en a complètement stoppé le développement de la bancassurance). ces deux facteurs relative à la bancassurance et la position des autorités par rapport à son développement sont, bien évidemment, tout à fait essentielles et influencent véritablement les conditions de succès. Les *avantages fiscaux* peuvent inciter fortement les consommateurs à investir dans un produit d'assurance vie ou de retraite plutôt qu'un autre. Des changements de législation en la matière peuvent influencer de façon positive ou négative les ventes d'un produit. du modèle dans un pays.

-**L'image sur le marché** :La façon dont la banque est perçue sur un marché par les consommateurs et la place qu'elle occupe dans la société sont des facteurs essentiels.

Cette image peut être la conséquence directe de l'organisation du réseau bancaire et du nombre de ses représentations dans un pays.

- **Le réseau de distribution:** Une implantation géographique structurée et dense du réseau bancaire est un élément de premier ordre pour parvenir au succès. car se facteur permet au sociétés Algériennes d'assurance de bénéficier du réseau bancaires et choisir une implantation géographique qui permet a une grande couverture du marche.

- **la création d'un modèle de gestion intégré c'est une étape primordiale au succès car** ce modèle d'intégration entre les activités bancaires et assurantielles a, sans aucun doute, permis aux bancassureurs de prendre un avantage concurrentiel déterminant et élimine ou diminue les inconvénient du marche Algérien des assurances.

ainsi il est tout à fait primordial de mettre en place une formation adaptée et de motiver principalement financièrement les vendeurs en place. La formation et la politique de rémunération sont souvent propres à chaque banque (bancassureur) et s'intègrent dans le modèle de culture et d'histoire de chaque entreprise.

La bancassurance est sans nul doute une véritable chance pour le secteur des assurances qui connaît un faible taux de pénétration. Le marché souffre, en effet, de la faiblesse du pouvoir d'achat, mais aussi du manque d'une culture assurance bien ancrée, notamment l'assurance-vie. Pour les banques aussi, la vente des produits de bancassurance ne peut qu'élargir davantage leur gamme de produits, fidéliser leurs clients et surtout assurer la croissance des marges bancaires par des rentrées régulières de fonds.

- Conclusion:

En finalité, même si la banque et l'assurance ont été longtemps séparées par leurs fonctions principales ou l'une a une fonction de financement et l'autre de protection, nous constatons aisément, aujourd'hui, que la lisière entre la banque et l'assurance, qui ont cohabité longtemps, est progressivement disparu avec l'apparition des modèles de la bancassurance qui permet d'avoir une relation gagnant-gagnant. Le développement constant de la bancassurance s'avère nécessaire en vue d'un élargissement des opportunités d'affaires mais aussi de services en faveur de la clientèle. Ce constat solide et durable que la bancassurance est devenu un véritable mode de distribution méritait que nous fassions un nouveau point sur ce thème. En effet, ces dernières années ont vu apparaître un phénomène nouveau : la création par les assureurs de leurs propres filiales de banques. C'est ce que l'on nomme l'assurbanque. **il faut que** Les banques, les institutions financières et les sociétés d'assurances doivent choisir cette activité stratégique comme un moyen de prospection et de fidélisation de la clientèle. pour cela et pour pouvoir bénéficier des avantages de cette stratégie il faut intégré la bancassurance dans la stratégie de développement de la banque. **Car La bancassurance, c'est de l'assurance classique avec un réseau plus puissant, possédant une forte affinité avec ses clients particuliers et professionnels.**

La bancassurance recouvre des situations extrêmement diversifiées à travers le monde, que les défis présents et futurs ne devraient guère contribuer à rapprocher. Ces défis sont suffisamment importants pour autoriser tant la généralisation du

modèle que son déclin sous la poussée de nouvelles forces concurrentielles. En ce sens, l'avenir de la bancassurance en Algérie est totalement ouvert.

Bibliographie

- ¹ - Alain Borderie et Michel Lafite ,(04/2004) « Bancassurance : stratégies et perspectives en France et en Europe , Edition Banques .
- ² - Francis Valery Beukam, Analyse critique de la bancassurance au cameroun, Institut des relations relations internationales du cameroun - DESS, 2005/2006, p:22.
- ³ -Kotler, P,t Dubois, B « marketing management »,publi union ,EDITION,PARIS , 2000
- ⁴ - Chevalier Marjorie. Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde. Scor vie.Octobre 2005.p:01.
- ⁵ - Chevalier Marjorie. op cit.p:19.
- ⁶ - Chevalier Marjorie. op cit.p:19.

⁷ - Manel Brahimi, Dix années après son introduction dans le marché national, La bancassurance intimement liée au développement des AP, revue de l'assurance, N°14/ Juillet à Septembre 2016-Revue éditée par le Conseil National des Assurances, Algérie ,p:10.

⁸ - Chakib Cherifi, questions-réponses sur la bancassurance en Algérie, revue de l'assurance, N°14/ Juillet à Septembre 2016- Conseil National des Assurances, Algérie p:23.

⁹ - Louaheb Karim, La bancassurance a besoin d'un marché financier volumineux et dynamique pour se développer, revue de l'assurance, N°14/ Juillet à Septembre 2016- Revue éditée par le Conseil National des Assurances, Algérie, p:14.

¹⁰ - Meziane Rabhi, La Bancassurance En Algérie A Le Vent En Poupe, Bulletin Du Conseil National Des Assurances (Cna), , Algérie, Année 2013 , p:12.

¹¹ - Louaheb Karim, op cit, p-p:14-15.