

الصيرفة التأمينية كتوجه استراتيجي لرفع جودة خدمات التأمين -التجربة الجزائرية-

د. بودي عبد الصمد
samad.boudi@gmail.com
جامعة طاهري محمد - بشار

د. حمول طارق
univbtarek@gmail.com
جامعة طاهري محمد - بشار

Abstract :	ملخص:
<p>L'assurance est devenue une des critères de différenciation dans l'ère moderne. Evaluer le degré de progrès économique de toute nation dépend de la qualité des services tant dans le secteur de l'assurance et bancaire, qui sont considérés comme des produits intangibles. Le concept de qualité est un concept dynamique de l'évolution constante de poursuivre les changements environnementaux pour faire face à leurs défis. Et cela en suivant un ensemble de procédures et de nouvelles tendances dans le secteur des assurances par les sociétés d'assurances algériennes, en le reliant au secteur bancaire par la Bancassurance qui est l'une des dernières tendances et stratégies dans le domaine des finances et de l'assurance.</p> <p>Keywords L'assurance produits d'assurances concurrence bancassurance.</p> <p>JEL Classifications G20 - G21</p>	<p>لقد أصبح التأمين اليوم من معايير التمايز في العصر الحديث. فقياس درجة التقدم الاقتصادي لأي دولة يعتمد على قياس جودة الخدمات في كل من قطاع التأمين والبنوك باعتبارهما من الخدمات الغير منظورة التي تؤمن حاجات المجتمع والمؤسسات. فمفهوم الجودة يعتبر مفهوم ديناميكي دائم التطور لملاحقة التغيرات و التحولات البيئية لمواجهة تحدياتها. وهو ما أدى إلى محاولة أقلمة التأمين وخدماته والاهتمام الخاص بمجال إدارة الجودة باعتبارها من أهم العوامل و الاستراتيجيات المؤثرة على معايير عديدة كالمنافسة وديمومة المنظمات. وهذا من خلال إتباع شركات التأمين الجزائرية مجموعة من الإجراءات و التوجهات الحديثة في مجال التأمين كربطه بقطاع البنوك عن طريق ما يسمى بصيرفة التأمين والتي تعتبر من أحدث التوجهات و الاستراتيجيات الحديثة في المجال المالي و إدارة التأمين.</p> <p>الكلمات المفتاحية التأمين الخدمات التأمينية المنافسة صيرفة التأمين</p> <p>رموز تصنيف JEL G20 - G21</p>

1. مقدمة:

إن الخدمات التأمينية بمفهومها وخصائصها لم تكن حديث العهد بل نشأ قديماً مع فكرة التعاون وتطورت بتقدم حياة الإنسان إلى أن وصلت إلى الصورة التي هي عليها في عصرنا الحديث. فالتأمين هو علم متطور شأنه في ذلك شأن التطور التكنولوجي. وزيادة على اعتباره وسيلة للحماية من الأخطار المختلفة ومواجهة الأخطار، فهو يؤثر إيجابياً في العديد من المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، والأهم في كل ذلك، كونه يعمل على تعبئة المدخرات في سبيل تمويل الاستثمارات المنتجة والتي تعتبر ركيزة التقدم والازدهار الاقتصادي. فقد شهدت السنوات الخمس الأخيرة من القرن العشرين تغييرات كبيرة في الطريقة التي تعمل بها الشركات وفي البنية الأساسية للوحدات التجارية حيث أن العولمة أصبحت أكثر بروزاً. وقد تبعها العديد من التوجهات، التخصصات والمفاهيم الجديدة والتي تهدف إلى خلق ورفع من الجودة الشاملة في إدارة الأعمال. والجزائر كغيرها من الدول، شهد قطاع الخدمات التأمينية فيها تطوراً بارزاً تبعاً للمراحل التي مر بها الاقتصاد منذ الاستقلال وانتهاج المذهب الاشتراكي ثم المرحلة الانتقالية المعدة لإرساء آليات اقتصاد السوق، مما أجبرها على القيام بعدة إصلاحات سمحت بإعادة تنظيم قطاع الخدمات التأمينية، والتي كللت في الأخير بفتح مجال التأمين عن طريق المرسوم 95-07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 وتعديله الذي أعطى آفاقاً جديدة لعملية المنافسة التأمينية وتحسين الخدمات المقدمة من طرف هذه المؤسسات للزبون الجزائري وخلق خدمات تأمينية جديدة، حيث يلاحظ في الآونة الأخيرة زيادة وتضاعف حاجة المجتمع الجزائري للأمن والاستقرار (العشرية السوداء والكوارث الطبيعية). إذ أصبح الأفراد يبحثون عن مختلف أنواع الخدمات التأمينية والضمانات لتحويل التكاليف المالية الناتجة عن تحقق الأخطار ووقوع الحوادث الغير مرغوب فيها. وهو ما أدى إلى تطور ثقافة الخطر والتأمين في المجتمع الجزائري ومحاولة تطويره وتحسين أبعاده التسييرية لإعطائه مكانته اللازمة والدور الفعال الذي يلعبه بشكل حيوي في عملية التنمية. بالإضافة إلى أقلمة أنظمتها وخدماتها مع التحولات التي يشهدها العالم اليوم والاهتمام الخاص بمجال جودة الخدمة المالية باعتبارها من أهم

العوامل والاستراتيجيات المؤثرة على معايير عديدة كاستمرارية وديمومة المنظمات. وهذا من خلال إتباع شركات التأمين الجزائرية مجموعة من الإجراءات والتوجهات الحديثة في مجال أو قطاع الخدمات التأمينية كربطه بقطاع البنوك عن طريق ما يسمى بصيرفة التأمين (Bancassurance) والتي تعتبر من أحدث التقنيات في مجال إدارة التأمين، وهذا لتشجيع العمل مع البنوك وتوفير الخدمات التأمينية على مستوى شبابيك البنوك والهيئات المالية وإعطاء العملية التأمينية بعد تسييري موافق لمتطلبات الجودة. قطاع الخدمات التأمينية يعتبر مكونا أساسيا في قطاع الخدمات المالية لكل اقتصاد، وازدادت أهميته مع بروز مفاهيم جديدة في مجال اقتصاديات التأمين والمخاطر، وكذا التوسع في أعمال التأمين والتعامل مع شركاته، فقد أصبحت الخدمات التأمينية جزءا مكتملا للخدمات البنكية. لذلك زاد الاهتمام بهذا النشاط وإمكانية جعله أو تحويله إلى نظام تأميني يعمل وفق معايير إدارة الجودة بشكل عام والأسس الحديثة للإدارة التأمين بشكل خاص ومساهمته في خلق وتطوير سوق تأمينية تتوافق ومتطلبات الاقتصادية والراهنه والمستقبلية. وهو ما سيتم توضيحه من خلال الإجابة على الإشكالية التالية: ما المقصود بإستراتيجية الصيرفة التأمينية، وهل هناك نموذج موافق للسوق الجزائرية، وما تتميز به من خصوصيات، يسمح بتحقيق أهداف هذه إستراتيجية والمتمثلة أساسا في الرفع من جودة الخدمات التأمينية وفيما يتمثل مستقبل هذه الأخيرة في الجزائر؟

II. الفرضيات: للإجابة على الإشكالية، تم وضع الفرضيات التالية:

- تعتبر صيرفة التأمين إستراتيجية حديثة في المحال المالي و الخدمي، تسمح بخلق وتطوير الخدمات المالية من خلال ما توفره من فوائد وفرص لمختلف المتدخلين والمشاركين.
- صيرفة التأمين قد تسمح بتحقيق العديد من الاستراتيجيات التي تؤدي إلى رفع من جودة خدمات التأمين.
- قد تتطلب صيرفة التأمين قوانين وتشريعات تسمح بتطبيقها وتحقيق أهدافها.
- قد تكون هناك متطلبات و خصائص لمنتجات صيرفة التأمين المقدمة في السوق الجزائرية.

- يمكن لأهمية ودور صيرفة التأمين أن تتضح من خلال حجم الاتفاقيات المبرمة بين شركات التأمين والبنوك الجزائرية.

III. أهمية وأهداف الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة في زيادة الاهتمام باستراتيجيات التكتل و التحالف بين المنظمات و ما يخلقه ذلك من تطوير وتحسين في عمل و نشاط هذه الأخيرة. حيث كثر الحديث عن الاستراتيجيات المتبعة من طرف كل من البنوك و شركات التأمين و وجود تقاربات في طبيعة نشاطاتها قد تسمح بخلق استراتيجيات شراكة. حيث هناك بعض الشركات التي بدأت العمل في مشاريع مشتركة سمحت بتطوير نشاطات وخدمات هذه الأخيرة. كما تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بإستراتيجية صيرفة التأمين، وتوضيح أن أهم عنصر لنجاح و البدء العمل بهذه الإستراتيجية هو معرفة و إدراك أهميتها و دورها في تحقيق ودعم إستراتيجية لإدارة و الرفع من الجودة. حيث يلاحظ انه في بعض الدول كفرنسا مثلا، يتمثل ثاني اكبر مؤمن في مؤسسة بنكية تأمينية.

IV. التعريف بصيرفة التأمين

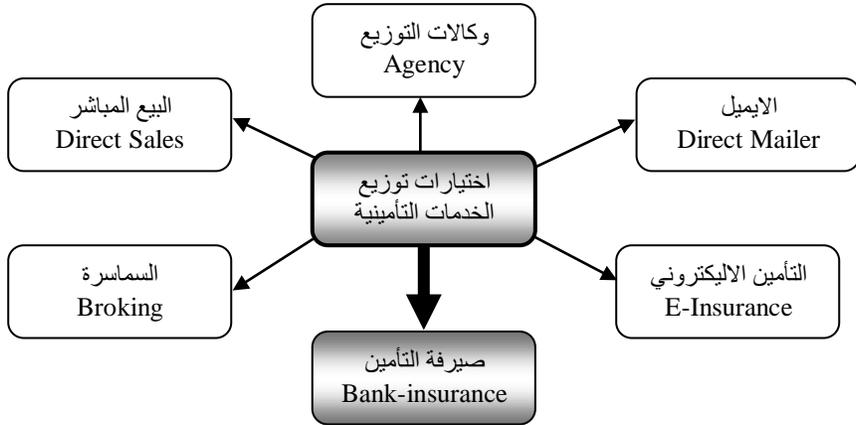
يعتبر التأمين عبر البنوك ظاهرة عالمية حضارية، وهو أحد الاستراتيجيات الهامة التي تسعى إلى تطبيقها كافة أسواق التأمين في العالم بهدف الرفع من الجودة الشاملة للخدمات من خلال زيادة حجم أقساطها التأمينية ونسبة حصتها من السوق بالإضافة إلى خفض التكلفة التسويقية وأسعار المنتجات التأمينية. فهو إذن احد السبل التسويقية الحديثة للخدمات التأمينية والتي تستند على الثقة المتبادلة بين البنك و عملائه.

V. المفهوم والنشأة:

يمكن تعريف صيرفة التأمين بأنها توزيع منتجات التأمين في فروع البنوك و المؤسسات المالية، و تعرف أيضا على أنها بيع المنتجات التأمينية من خلال قنوات التوزيع في البنوك(1). وهناك من يعرفها على أنها توفير منتجات التأمين و خدمات البنوك من خلال قنوات توزيع مشتركة تجمع بين زبائن البنوك وشركات التأمين ، حيث يتم التعاقد بين مؤسسات التأمين وشبكات فروع البنوك التي تعمل في القطاع البنكي

من أجل الاستفادة من فروعها لتسويق وثائق التأمين بصفة عامة ، وعليه يصبح البنك كوكيل يقوم ببيع منتجات التأمين نيابة عن شركات التأمين. ونشير إلى أن مصطلح صيرفة التأمين أستعمل في فرنسا عام 1980 للتعبير عن بيع منتجات تأمينية عن طريق وساطة شبكة بنكية، واقتصر هذا المفهوم على التوزيع فقط، أي قيام البنوك بدور الموزع والمسوق للخدمات التأمينية لصالح شركات التأمين. ويوجد تعريف آخر لصيرفة التأمين ، حيث يعرف هذا الأخير على أنه درجة التكامل ما بين البنك و شركة التأمين. في طرح وتسويق منتجات تأمينية بصورة مشتركة، هذا النوع من الأنشطة بدأ في شكل تعاون ما بين البنوك وشركات التأمين من خلال تقديم منتجات التأمين على الحياة، ثم تطورت لتشمل تأمين الحوادث و عممت على كافة المجتمعات خاصة بعد حدوث موجة من التكاملات بين البنوك وشركات التأمين. كما يمكن تعريفها على انها اختيار من اختيارات بيع الخدمات التأمينية كما هو مبين في الشكل الموالي:

الشكل رقم 1 : إمكانيات و اختيارات بيع الخدمات التأمينية



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على ما سبق

- فأول البلدان التي شرعت في تبني منتج صيرفة التأمين كانت فرنسا و اسبانيا ، حيث ظهر في فرنسا في 1970 وتطور فيها، و هذا لنضج سوق التأمين الفرنسي الذي يتميز بالجودة وبقدرة تنافسية عالية، تليها اسبانيا التي تخطت حاجز القانون الاسباني الذي يحظر البنوك من بيع التأمين على الحياة. و بالتالي تعد كل من فرنسا و اسبانيا أكثر أسواق التأمين نموا في العالم في مجال صيرفة التأمين حيث تمثل أكثر من 65 % من مبيعات التأمين على الحياة(1) ، إضافة إلى بعض الدول كبلجيكا و التي تعتبر صيرفة التأمين بالنسبة لها إحدى الوسائل الممكنة لتوسيع نطاق أعمال التأمين وزيادة حجمها و تطوير أدواتها لذلك فإن شركات التأمين تستفيد في حال زيادة تعاونها مع القطاع البنكي، خاصة وأن العالم يتجه بسرعة نحو إزالة الحدود بين الخدمات المالية المختلفة، كما تشكل صيرفة التأمين إحدى القنوات الرئيسية لتطوير العلاقة بين قطاعي التأمين و البنوك بشرط أن تتواجد تشريعات واضحة و محددة تنظم العلاقة والمسؤوليات بين الطرفين حيث تقتضي صيرفة التأمين تغيير طرق العمل البنكي التقليدية.

فهذا النوع من الأنشطة بدأ في شكل تعاون ما بين البنوك و شركات التأمين من خلال تقديم منتجات التأمين على الحياة، ثم تطورت لتشمل تأمين الحوادث و عممت على كافة المجتمعات خاصة بعد حدوث موجة من التكاملات بين البنوك و شركات التأمين(4).

VI. نماذج صيرفة التأمين :

هناك عدة اختلافات فيما يخص نماذج صيرفة التأمين(8)، إلا أنها تضم ثلاثة نماذج رئيسية وهي: اتفاق التوزيع، المشروع المشترك و التكامل. و هناك من يقسمها إلى النماذج التالية:

1- الشراكات التجارية:

وتشتمل على:

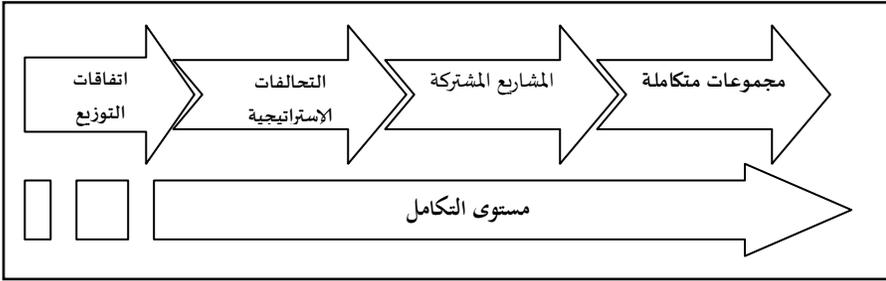
أ- اتفاقات التوزيع:

شائع جدا في آسيا ويتميز هذا النموذج بمايلي:

- قيام البنوك بتوزيع منتجات التأمين على الحياة (المعزولة أو المرتبطة بالمنتجات البنكية) في مقابل عمولة؛
- إمكانية تبادل المعلومات عن الزبائن.
- ب- التحالفات الإستراتيجية:
 - درجة أعلى من التكامل في تطوير المنتجات، والخدمات وإدارة قنوات التوزيع؛
 - إمكانية تبادل قواعد بيانات و المعلومات عن الزبائن؛
 - يتطلب الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات وموظفي أو أعوان البيع.
- 2- المشاريع المشتركة :
 - شائع جدا في سويسرا وبدرجة أقل في فرنسا ويشتمل على:
 - ملكية متبادلة للمنتجات والزيائن؛
 - تبادل قواعد بيانات الزبائن؛
 - تتطلب استثمارات كبيرة من كلا الطرفين؛
 - المشكلة الرئيسية هي حجم المساهمة والسلطة.
 - 3- خلق مجموعات متكاملة للخدمات المالية:
 - يمكن أن تكون العمليات والنظم متكاملة؛
 - القدرة وإمكانية التأثير على الزبائن الحاليين للبنوك و التعديل في الخدمات؛
 - تقديم خدمات مالية شاملة؛
 - إمكانية الدمج الكامل للمنتجات؛
 - المشكل الأساسي يتمثل في التكاليف الثابتة.
 - 4- عمليات الاندماج والشراء :
 - نموذج شائع في فرنسا، بلجيكا، هولندا و سويسرا.
 - لوحظ تطور هذا النموذج منذ عام 1998 في أوروبا؛
 - الشركات التأمين الأوروبية تعتبر أحسن نموذج له.
 - 5- النموذج الذاتي أو الداخلي:
 - هو أسلوب أو نموذج لتنمية و تطوير صيرفة التأمين، و يتميز بمايلي:

- يتطلب قدرا كبيرا من الموارد؛
 - تنطوي عليه مخاطر كبيرة؛
 - لا يجذب العديد من قنوات التوزيع؛
 - عادة ما يتم استهداف زبائن شركة التأمين أو البنك.
- و كخلاصة يتم التمييز بين أغلب النماذج حسب مستوى التكامل، كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم 02: نماذج صيرفة التأمين



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على ما سبق

VII. دور صيرفة التأمين في خلق وتطوير جودة الخدمات المالية

إن الدور الأساسي لصيرفة التأمين في خلق وتطوير الجودة الشاملة للخدمات المالية تتمثل في مظهر من مظاهر المصالح الفردية في خدمة الشراكة التي تعود بالنفع على جميع الأطراف المتدخلة. فكل من الشركة التأمينية والبنكية والزبون يجد مصالحته على حسب النموذج المتفق عليه و الذي يتم اختياره وفقا للظروف الفردية و الفرص التي توفرها السلطات في كل بلد.

1- بالنسبة لشركات التأمين:

- أدى الاندماج بين شركات التأمين و البنوك إلى توفير شبكة جديدة هي أكثر كثافة و أقرب إلى الزبائن و أكثر اطلاعا على احتياجاتهم و ظروفهم، مما أدى إلى توسيع قاعدة زبائن شركات التأمين بشكل كبير أدى إلى استقطاب زبائن كان من الصعب الوصول

إلهم ، ذلك من خلال الاستفادة من الصورة الجيدة و الثقة التي تتمتع بها البنوك وكذا ما تتميز به خدماتها من جودة(7).

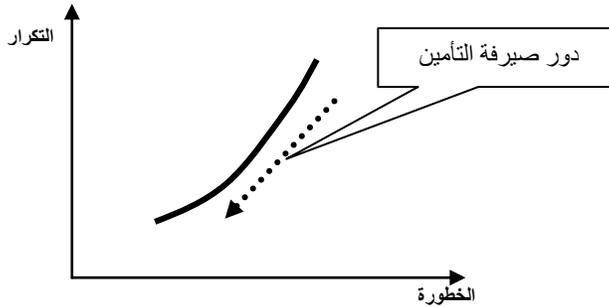
- تعتبر هذه الشبكة فرصة جديدة لتغيير أساليب التوزيع ومن ثم الحد من مخاطر الاعتماد المفرط على شبكة توزيع واحدة مما يؤدي إلى الاستفادة من تخفيض تكاليف التوزيع و العملات المرافقة مقارنة مع التكاليف المرتبطة مع الوكلاء التقليديين (وكالات منتدبة أو وكلاء عامون).

- تحقيق تواجد سريع لشركة التأمين بالسوق دون الحاجة إلى شبكة واسعة من الوسطاء .

- في حالة تكوين المشروعات المشتركة و الاندماج بين البنوك و شركات التأمين تحصل شركات التأمين على مساندة البنك لمركزها المالي و بالتالي الحد من مخاطر السيولة. مما ينعكس إيجابا على جودة الخدمات التأمينية خاصة فيما يخص خدمة ما بعد البيع و التي تتمثل لدى شركات التأمين في التعويضات عن الخسائر المتحققة.

- و يبقى الدور الأساسي لصيرفة التأمين يتمثل في التخفيض من حالات عدم التأكد و التأثير في تكرار و حجم الخطورة. و هذا من خلال توفير المعلومات الكافية على المؤمن لهم و الذين عادة ما يتمثلون في زبائن لدى البنك. مما يخفض من عامل سوء النية (L'Alea moral)، و الذي يمثل أهم عائق و خطر بالنسبة لشركات التأمين(5).

- الشكل رقم 03: دور صيرفة التأمين



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المراجع

فهذا العنصر المتمثل في التخفيض من عامل الخطورة يساهم بشكل كبير في الرفع من أداء شركات التأمين وخلق جودة شاملة لخدماتها التأمينية(5).

- كما يمكن إضافة مزايا و دور أو فائدة صيرفة التأمين بالنسبة لشركات التأمين من خلال اعتبارها إستراتيجية تسويقية حديثة و نجاحها مرتبط بقدراته على إشراك شبكات التوزيع، الاستفادة من تقنيات الإعلام المتطورة وإدماج مفهوم الجودة في مجمل العمليات التجارية. بالإضافة إلى كل ذلك فالناظر في مميزات شركات التأمين يبرز أهمية التسويق لتكثيف الشركة مع محيطها، ولجعلها قادرة على تقديم منتجات تتناسب مع الأسواق التي اختارتها، باعتبار أن بقاءها و تطورها مرتبط إلى حد كبير بقدرتها على التكيف مع الحاجات المتغيرة و المتطورة باستمرار. وينتظر هنا أن يسمح التسويق لشركات التأمين بمواجهة مجموع التحديات المرتبطة بتطورها.

2- بالنسبة للبنوك:

- في حالة تكوين المشروعات المشتركة و الاندماج بين البنوك و شركات التأمين ، يستطيع البنك الاستفادة من مزايا الإعفاءات الضريبية على أقساط التأمين على الحياة.

- تصميم منتجات بنكية تأمينية جديدة لتلبية حاجات الزبون بما يتناسب مع ظروفه الاقتصادية ومراحل العمرية.

- شركات التأمين تتمتع بقدرات خاصة يمكن أن تفيد البنوك في مجال دراسة المخاطر ومتابعتها إلى جانب خبرتها التسويقية.

- تعتبر صيرفة التأمين وسيلة لخلق تيار إيرادات جديد و ذلك بسبب زيادة المنافسة بين المؤسسات المالية وانخفاض في هوامش البنوك و بالتالي الحاجة إلى خدمات جديدة فاتجهت إلى نشاط بيع الخدمات التأمينية.

- إدارة منتجات التأمين على الحياة هي مشابهة جدا لإدارة بنوك الادخار.

- زيادة ثقة الزبائن و ولائهم و ذلك من خلال تنوع الخدمات التي يقدمها البنك كما

أن موظفي البنك يقللون من تكاليف التوزيع الهامشية(1).

- إن إختيار إستراتيجية صيرفة التأمين الملائمة لا يتوقف على محور تحقيق الميزة التنافسية بالنسبة للبنك ولكن يتوقف على الهدف الإستراتيجي للبنك بالنسبة لنطاق السوق، حيث يمكن للبنك أن يستهدف السوق كله كما يمكن أن يستهدف قطاع معين منه، ويمكن الربط بين محاور الميزة التنافسية والسوق المستهدفة كما هو موضح في الشكل الموالي بهدف عرض البدائل الإستراتيجية المتاحة أمام البنوك من خلال تبني صيرفة التأمين والتي من خلال التسهيلات الحكومية والميزات الجبائية الممكن على خدمات الصيرفة التأمينية.

الجدول رقم 1: البدائل الإستراتيجية في حالة الميزة التنافسية

إستراتيجية القيادة السعرية	إستراتيجية التمايز	إستراتيجية القيادة بالتكلفة
إستراتيجية التركيز على السعر	إستراتيجية التركيز على الجودة	إستراتيجية التركيز على التكلفة

المصدر: محمد سعيد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية، مصر، 2002، ص: 202 (بالتصرف)

وفي نفس المجال (دور صيرفة التأمين في تحقيق و خلق ميزة تنافسية للمؤسسات البنكية و المالية التي تبني إستراتيجية صيرفة التأمين)، يمكن القول أن كل إستراتيجية تنافسية تختلف تماما في إكتسابها للميزة التنافسية وفي الحفاظ عليها، ويوضح الجدول التالي المقارنة بين الإستراتيجيات التنافسية الثلاثة والميزة التنافسية لكل منها. فيمكن لصيرفة التأمين أن تحقق كل الاستراتيجيات التنافسية الثلاثة الموضحة في الشكل فهي تحقق ميزة في تكلفة الخدمة، تحقق التميز من خلال إدراك الزبائن للخدمة الفريدة التي تقدمها المؤسسة و المتمثلة في خدمات التأمين أو خدمات تأمينية بنكية في شكل حزم خدمية تأمينية وبنكية و بأسعار تنافسية مثلا و تحقق التركيز من خلال توفير خدمات لفئات معينة و استهداف جزء من السوق و التركيز عليه.

الجدول رقم 2: الإستراتيجيات التنافسية الثلاثة

الميزة التنافسية	الإستراتيجية التنافسية		
إدراك الزبائن لانخفاض أسعار منتجات المؤسسة عن منافسيها.	القيادة في التكلفة	جميع قطاعات	حجم
إدراك الزبائن للشيء الفريد الذي تقدمه المؤسسة.	التمييز	السوق	السوق
إدراك الزبائن في قطاع المؤسسة للشيء الفريد الذي تقدمه المؤسسة.	التركيز	قطاع معين من السوق	المستهدف

المصدر: السيد غراب كامل، نظم المعلومات الإدارية (مدخل إداري)، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 1999، ص 120.

- إستراتيجية التنوع: تحقق صيرفة التأمين ما يسمى بالتنوع البنكي أي عن عدم حصر النشاط في قطاع واحد أو مجموعة من القطاعات التي تباشر أنشطة مرتبطة ببعضها البعض. فإتجاه البنوك إلى إستراتيجية صيرفة التأمين قد يساعد في الرفع من المردودية البنكية مما سيمكنها من تعويض الخسائر الناتجة عن التعامل في كل من القطاع، السوق وحتى المنتجات المعروضة. أما في إطار الإقتصاد الجزئي، فإن الإتجاه نحو تنوع الخدمات المالية المقدمة من طرف البنك من خلال صيرفة التأمين يتوقف على تعديل مفهوم المجال الإستراتيجي للبنوك في مجال المنتجات، الأنشطة، الزبائن، التكنولوجيا المستعملة أو المجال الجغرافي(7). ولعل أهم الأسباب التي تدفع إلى انتهاج هذه الإستراتيجية هي:

- الرغبة في تقليص اعتماد المؤسسة على صناعة واحدة تحسبا لتدني مستوى جاذبية منتجاتها في المستقبل؛

- الرغبة في التغلب على مجموعة من سلبيات التي أخذت تنعكس على مستوى ربحية المؤسسة، وذلك من خلال الدخول في صناعات منتقاة بعناية، تتمتع بتعدد الفرص وجاذبية الأرباح؛
- الرغبة في توزيع المخاطر على أنشطة متعددة.
- تحقيق الارتفاع في إنتاجية الموظفين وعمال البنك.
- فيمك تلخيص فوائد تبني إستراتيجية صيرفة التأمين بالنسبة للمؤسسات البنكية و شركات التأمين من خلال الجدول رقم 3 كما يلي.

-الجدول رقم 3: إستراتيجية راجح-راجح لصيرفة التأمين

بنوك	شركات التأمين
المحافظة على الزبائن	تنوع في العائد وقنوات التوزيع
إشباع المزيد من الحاجة المالية للزبائن	بلوغ و الوصول إلى زبائن جدد
تنوع مصادر الدخل	تخفيض من تكاليف التوزيع.
ربحية أكثر في استخدام موارد البنوك	إنشاء علامة تجارية وتصحيح الصورة في بعد الأسواق التأمينية (الجزائر)
إنشاء ثقافة البيع الموجه.	استخدام موارد أكثر ربحية
ثراء بيئة العمل	الاستفادة من الرافعة المالية من خلال التعامل مع البنك.

Source: jesmou leitaou, op cit,p-p:36-37.

3- بالنسبة للزبون:

- يتمكن الزبون من الوصول إلى جميع الخدمات المالية والتأمينية ويرجع ذلك إلى البنك الذي يقدم على حد سواء منتجات بنكية وتأمينية مما يؤدي إلى تخفيض تكاليف التوزيع مقارنة مع قنوات التوزيع التقليدية(8).

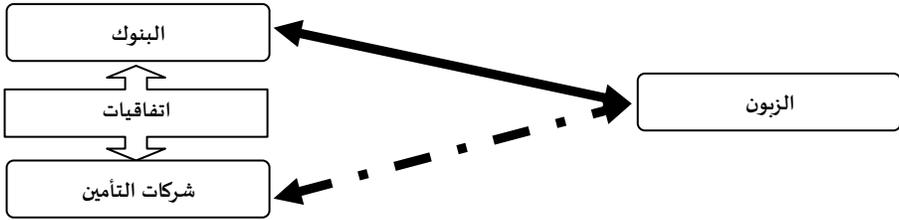
- الزبون يستفيد من فرصة شراء منتجات تأمين بسيطة وغير مكلفة في كثير من الأحيان، مع أقساط تتناسب مع احتياجاته مع سهولة الحصول عليها لان النظام البنكي عموما أكثر كثافة من وكالات التأمين.

- توفير شمولية الخدمة للزبون مما يمكنه من إجراء مختلف عملياته في مكان واحد في أقل وقت. بالإضافة إلى الاستفادة من الخدمات الاستشارية الشاملة لمختلف الخدمات المالية من هيئة أو شبك واحد يتمثل في البنك. أي الاستفادة من خدمات التأمين جنبا إلى جنب مع غيرها من الخدمات المالية مثل خدمات البنوك وصناديق الاستثمار والقروض الشخصية.. الخ(13). إضافة إلى سهولة يصل للمطالبات، والبنوك هي الذهاب منتظم.

- منتجات مبتكرة وأفضل استجابتا لاحتياجات الزبائن وتطوير الخدمة المقدمة للزبائن من خلال التكنولوجيا الحديثة التي تملكها البنوك مثل آلات الصرافة.

- تعزيز الراحة من جانب المؤمن له(13). بالإضافة إلى كون طبيعة عملية الاتصال بين الزبون و البنك و ما تتميز به من خصوصيات مقارنة بعملية الاتصال بينه وبين شركات التأمين كما هو مبين في الشكل التالي:

- الشكل رقم 04: تسهيل عملية الاتصال من خلال صيرفة التأمين



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على ما سبق

VIII. تجربة الجزائر في مجال صيرفة التأمين

تعتبر صيرفة التأمين تعبير جديد يستخدم لوصف الكيان الاقتصادي الجديد الذي يدعو إلى تبادل المنتجات ووضع التسهيلات التسويقية لشبكات التوزيع (البنوك) و

قطاع التأمين و هي سياسة منهجية للتقارب بين البنوك وشركات التأمين الجزائرية لتقديم كل ما لديهم من خدمات و تبادل الخبرات(9).

1- الإطار التشريعي لصيرفة التأمين في الجزائر

يتمثل الإطار التشريعي لصيرفة التأمين في الجزائر في الربط بين القانون البنكي و القانون المنظم لنشاط التأمين في الجزائر و الممثلين في قانون النقد و القرض 90-10 المعدل في 2006 و قانون التأمينات الجزائري 95-07 (2). إضافة إلى الاتفاقية و التي تنظم عملية توزيع الخدمات البنكية من طرف البنوك كما هو مبين في الشكل التالي.

- الشكل رقم 05: الاتفاقية المتعلقة بصيرفة التأمين



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على ما سبق

هذا وتنص التعاملات البنكية الخاصة بالتأمينات في البنوك المعنية بتوزيع خدمات تأمين معينة إلى الخواص لحساب شركات التأمين و قد رخص هذه العملية قانون 06/04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل و المتمم للأمر 95/07 المؤرخ يوم 25 يناير 1995 و المتعلق بالتأمينات و الذي يتمحور حول النقاط التالية:

- تحفيز النشاط عن طريق تنوع المنتجات التأمينية والاستجابة لمتطلبات المتعاملين وضمان حماية أكبر لحقوق المؤمنين وشفافية أكبر في التسيير.
- إعادة تنظيم الجهاز الرقابي على التأمينات من خلال إنشاء لجنة مستقلة للإشراف على التأمينات تحل محل الدولة.
- تدعيم الأمن المالي لشركات التأمين من خلال وجوب توفر هذه الأخيرة على صلابة مالية جيدة ومسيرين أكفاء.
- تسريع عملية تحرير السوق أمام شركات التأمين الأجنبية.

- دعم الحكم الراشد لشركات التأمين من خلال عقود الأداء للمسيرين ووضع آليات قانونية من شأنها ضمان تسير فعال لمجالس إدارة شركات التأمين.
- تنوع قنوات التوزيع لضمان بيع المنتجات التأمينية من خلال قنوات أخرى غير شركات التأمين خاصة عن طريق الشبكة البنكية.

فقد أصبحت هذه العملية منظمة بإصدار نصين قانونيين تنفيذيين و هما المرسوم التنفيذي المؤرخ شهر ماي 2007 و المحدد لكيفية و شروط توزيع منتجات التأمين من قبل البنوك و المؤسسات المالية و المؤسسات الشبيهة وشبكات التوزيع ، كما يحدد المرسوم المقرر المؤرخ في شهر أوت 2007 منتجات التأمين القابلة للتوزيع(6). و من المنتظر أن تسمح هذه الإجراءات الجديدة بتكثيف شبكة توزيع خدمات التأمين و تحسين تغطية سوق التأمين من خلال ما تطرحه من صيغ خدماتية في مجالات السكن و الأخطار الزراعية ، فيما يتوقع إدراج فروع أخرى على غرار تأمين السيارات و التأمين على الحرائق و الأخطار المختلفة .

2- متطلبات و خصائص المنتجات المقدمة في السوق الجزائرية

إن صيرفة التأمين تقدم عدة منتجات في السوق ، و لنجاحها لا بد أن تتمتع بالخصائص التالية:

• خصائص المنتج الجيد:

- منتجات التأمين التي توزع على البنوك يجب أن تكون بسيطة تتكيف تماما مع الشبكة البنكية هذا يعني أن تكون متزامنة مع إجراءات البيع في البنك بحيث تشمل توحيد لبطاقات التسجيل المالية و التأمينية و تكون مبسطة قدر الإمكان لجميع المعاملات، بحيث نتحصل على كميات محدودة من الأوراق المالية في كثير من الأحيان من أجل تسهيل عمليات البيع.

- التأمين البنكي هو التوزيع المنطقي لمنتجات التأمين بحيث تكون موحدة أحيانا و أحيانا في شكل " حزم" مع المنتجات البنكية و يعد هذا أمر أساسي في البداية ، بالإضافة إلى ذلك يجب أن يكون مفهوم هذه المنتجات مفهوما من قبل الجمهور العام، و يركز على تغطية احتياجاتهم الأكثر شيوعا.

يبدو أن هذه الفكرة تتعارض مع خطوة توزيع منتجات أكثر تعقيدا تتماشى مع الطلب و التي تتطلب المزيد من الخبرة في كثير من الأحيان فهي أكثر صعوبة من البيع في الشبكة البنكية.

هنا تكمن مدى قوة و شجاعة شركات التأمين والبنوك للدخول في هذا التحدي الجديد و إحداث تكامل بين منتجات التأمين كالتأمين على الحياة (ASSURANCE VIE) و الودائع البنكية(3).

• طبيعة المنتجات:

- على شركات التأمين و البنوك تعرض مجموعة متكاملة من المنتجات الضرورية لتلبية لمتطلبات الزبائن والاحتفاظ بهم.

- فالتأمين البنكي هو توسع في عرض و تسويق الخدمات التأمينية و الرفع من الحصبة السوقية و النمو بسبب الإيرادات الإضافية من دون تكلفة إضافية في التوزيع(9).

• منتجات الحياة:

إن التأمين البنكي يوفر منتجات التأمين على الحياة بصورة كبيرة، حيث أن موظفوا البنك على دراية بالمنتجات المالية أي التكيف بسرعة مع بيع منتجات التأمين على الحياة و الادخار أو التقاعد كما أن منتجات التأمين على الحياة بشكل عام منتجات طويلة الأجل و التي تتطلب من الزبائن البحث عن مؤسسات تتمتع بالثقة الكاملة ونحن نعرف الآن في كثير من البلدان أن البنوك تتمتع بصورة جيدة و ثقة كبيرة من شركات التأمين.

• منتجات أخرى:

هذه الفئة أو النوع من المنتجات هي أكثر توحيد و أسهل للبيع ، هذه المنتجات عادة ما تكون مكتملة تماما لعروض البنك التي يقدمها للزبائن على سبيل المثال : الحسابات البنكية المتعلقة بالتأمين أو بطاقات الائتمان و بصفة عامة توضع في الخدمة تلقائيا مع فتح حساب بنكي جديد أو بطاقة ائتمان جديدة مبنية في كثير من الأحيان في تكلفة قسط التأمين و تدفع في بعض الأحيان من قبل البنك نفسه فهي أداة تسويقية لتشجيع الزبائن على فتح حساب أو الحصول على بطاقات الائتمان(8).

3- الاتفاقيات المبرمة بين شركات التأمين والبنوك الجزائرية، وأفاقها المستقبلية: نظرا للاهتمام الكبير من طرف شركات التأمين والبنوك الجزائرية لصيرفة التأمين ، و نظرا للجهود المبذولة تم إبرام عدة اتفاقيات جسدت هذا الاهتمام نذكر منها فيما يلي. فبالرغم من تأخر نمو صيرفة التأمين في السوق الجزائرية إلا أنها شهدت بعض الاتفاقيات التي كانت نوعا ما ناجحة وتمثل في:

1-3 - الشركة الوطنية للتأمينات و البنك الوطني للتوفير و الاحتياط SAA / CNEP BANQUE

- التأمين في إطار صندوق الضمان : le fond de garantie

قام صندوق التوفير والاحتياط سنة 1998 بإنشاء صندوق الضمان المرتبط إداريا بمديرية تحصيل الحقوق الذي يضمن تحصيل القروض في حالة وفاة المدين ، و آلية عمل الصندوق تقتضي أن المقرض يدفع مبلغا جزافيا يقدر ب3600 دج مهما يكن مبلغ القرض و بذلك يضمن دفع المبلغ الجزافي المحدد من الصندوق أو اكتتاب عقد تأميني في شركة تأمينية معينة ، كما أبرمت اتفاقية بين SAA/CNEP BANQUE و تهدف هذه الاتفاقية إلى تأمين زبائن البنك الذين تحصلوا على قروض في حالة الوفاة أو العجز التام و الدائم حيث يقوم البنك باكتتاب العقود التأمينية لصالح طالبي القرض في شبائكه البنكية مقابل عمولات عن كل قسط تأميني يكتب كما يمكن للبنك أن يشارك في نتيجة الاستغلال الخاصة بالمنتج وفقا لنظام محدد مسبقا (4).

تبين الاتفاقية النقاط التالية:

- طريقة وكيفية الإدعان للزبائن.

- مدة الاتفاقية.

- بداية ونهاية الضمانات وكيفية تغييرها.

- تحديد الخطر المراد التأمين منه.

- طرق دفع الأقساط التأمينية.

- المخاطر المضمونة والمخاطر الغير مضمونة.

- كيفية التعويض في حالة وقوع الخطر.

- كيفية حساب الأقساط التأمينية الصافية في حالة ارتفاع درجة الخطر المضمون.
- كيفية تكوين الملفات في حالة وقوع الحوادث.
- عمولة التسيير للمنتج التأميني.

2-3- الشركة الوطنية للتأمينات و بنك الفلاحة و التنمية الريفية SAA/ BADR BANQUE

عرفت وكالات بنك الفلاحة و التنمية الريفية "بدر" بداية شهر جويلية 2009 تسويق خدمات التأمين التي تقدمها الشركة الوطنية للتأمين بموجب اتفاق وقع بين الطرفين كما أرفقت هذه الاتفاقية بمخطط شامل لزبائن البنك . وسيتم تعميم العملية على كامل وكالات البنك لاحقا بعد استكمال برنامج التكوين، الذي سيتم تنظيمه لفائدة إطارات البنك، فهو برنامج تكويني مكثف في مهنة التأمين يشرف عليه مختصين تابعين للشركة الجزائرية للتأمين.

كل هذا سيتم في إطار القانون الجديد المتمثل في اتفاقية توزيع منتجات التأمين من طرف البنوك والمؤسسات البنكية المؤرخ في ماي 2007 وتعتبر هذه الاتفاقية أول شراكة من نوعها يوقعها بنك الفلاحة و التنمية الريفية، انطلقت في البداية بالتأمين على الأشخاص و التأمين على الحياة والقروض ، التأمين على المساكن و على الكوارث الطبيعية وتخص أيضا التأمينات على المخاطر الفلاحية(10).

3-3- القرض الشعبي الجزائري و الشركة الجزائرية للتأمين و إعادة التأمين CPA/ CAAR:

لقد اتفق كل من القرض الشعبي الجزائري و الشركة الجزائرية للتأمين و إعادة التأمين في جويلية 2009 عملية توزيع منتجات التأمين عبر فروع البنك طبقا للاتفاقية الموقع عليها في ماي 2009 بين المؤسستين الماليتين وتجسد الشروع في هذه العملية بعد التوقيع على بوليصة

التأمين من مختلف المخاطر المرتبطة بالسكن والتي ستكون متوفرة على مستوى وكالة القرض الشعبي الجزائري وتأمين مؤقت الوفاة و تأمين القرض كمرحلة أولى و أكد

مسئولا المؤسساتين أنه سيتم توسيع هذه المجموعة من المنتجات كمرحلة ثانية إلى تسويق تأمين السفر إلى الخارج وتأمين المجموعة و التأمين الفردي للحادث(11).

4- مستقبل صيرفة التأمين في الجزائر:

تتطلع الجزائر في غضون المرحلة القادمة إلى تعميم اتفاقيات التأمين عبر البنوك ، بعدما شهدت ابرام العديد من الاتفاقيات بهذا الشأن منذ إصدار الاتفاقية المتعلق بتوزيع خدمات التأمين في 2007 (10).و يذهب المراقبون إلى أن اتفاقيات التعاون في التأمين بالجزائر ستؤول إلى تعميم التجربة بين البنوك و مختلف شركات التأمين الناشطة في الجزائر ، سيما بعد الاتفاق المبرم بين بنك الجزائر الخارجي BEA و الشركة الجزائرية لتأمين النقل CAAT والشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR .

ورغم غياب أو نقص الثقافة التأمينية لدى المجتمع الجزائري ، وإحصاء 700 ألف مؤمن في بلد يستوعب 34 مليون نسمة ، إلا أن رقم أعمال كافة شركات التأمين الناشطة بالجزائر يشهد نموا لافتا ، حيث بلغ عام 2009 مقابل 67.9 مليار في سنة 2008. أي نمو بنسبة 12.8 %/. كما تم توقيع على خمسة اتفاقيات خصت الصندوق الجزائري للتوفير والاحتياط و شركة التأمين كارديف الجزائر وهي فرع بنك "بي أن بي باريبا" PNB Paribas للتأمين .

كما شهدت منظومة التأمينات المحلية تفعيل اتفاقيات تشاركية بين كل من الجزائرية للتأمين و بنك التنمية المحلية و كذا الجزائرية للتأمين ، إضافة إلى البنك الجزائري للزراعة والتنمية الريفية.

فمن خلال التطرق إلى واقع صيرفة التأمين في الجزائر وبعض عرض التجارب والاتفاقيات المبرمة ما بين البنوك وشركات التأمين الجزائرية ، يمكن تقديم بعض النتائج كما يلي :

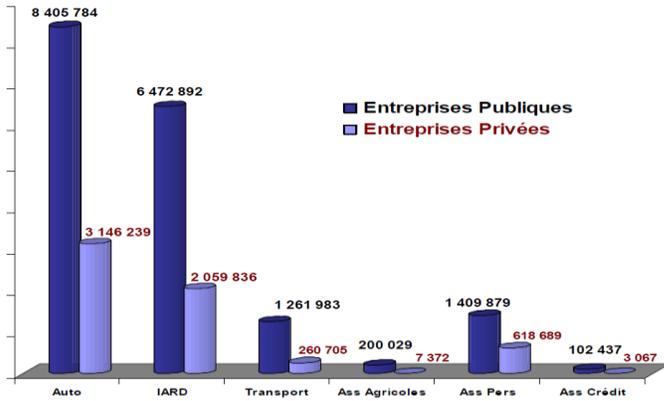
- لازالت الأرضية القانونية غير واضحة فيما يتعلق بإمكانية توسيع وتطوير نشاط الصيرفة التأمينية في البنوك الجزائرية.

- عدم مواكبة البنوك الجزائرية للمستجدات المالية والبنكية والتحول نحو تبني فلسفة الصيرفة الشاملة.

- انعدام إستراتيجية واضحة لدى مسؤولي البنوك وشركات التأمين لتبني إستراتيجية صيرفة التأمين في الجزائر.

- لازالت السوق البنكية والسوق التأمينية تتميز بشبه احتكار من طرف البنوك وشركات التأمين العمومية، بحيث لم نشهد بعد الانفتاح الحقيقي لهذين النشاطين الحساسين على المنافسة خاصة الأجنبية منها والتي من شأنها إثراء الساحة المالية الجزائرية بمنتجات وخدمات وأساليب إدارية حديثة ومتطورة و هو ما نلاحظه من خلال الشكل التالي(06):

الشكل رقم 06 : حجم شركات التأمين العمومية



المصدر موقع المجلس الوطني للتأمين www.cna.dz

- إضافة إلى ذلك نلاحظ نقص الكفاءات البشرية المؤهلة والمدربة على الأساليب الحديثة، بحيث نلاحظ في الجزائر قلة الاهتمام بالتكوين الجامعي في قطاع التأمين.

- لم يحض موضوع صيرفة التأمين بصورة عامة وفلسفة البنوك الشاملة بالدراسة والتحليل لدى الباحثين والممارسين في الجزائر ويتجلى ذلك في نقص البحوث الأكاديمية في هذا الموضوع.

IX. الخاتمة:

يواجه القطاع المالي العالمي في السنوات الأخيرة العديد من التحولات الجذرية في الصناعة البنكية، حيث دخلت مؤسسات غير تأمينية ميدان العمل التأميني و المالي مما زاد من حدة المنافسة و أخذت المؤسسات المالية في تقديم حزمة شاملة و متكاملة من الخدمات المالية و التأمينية و البنكية، حيث نشأ توجه جديد في المجال المالي و هو الصيرفة التأمينية والتي تعتبر من احداث المستجدات و التوجهات الحديثة في المجال المالي، حتمت على البنوك وشركات التأمين التكامل و الاشتراك في تقديم بعض المنتجات و الخدمات التأمينية، أي اشترك هذين القطاعين في صناعة خدمة لم تكن موجود من قبل ضمن الخدمات التقليدية، ألا وهي صيرفة التأمين أو خدمة التأمين البنكي.

فالتأمين يعتمد بشكل كبير على الجانب العشوائي أو الغير متوقع و هو ما يخلق نوع من الخصوصيات في اهتمامه بإدارة الجودة الشاملة و الدور الفعال و الهام لها ، كما أن إدارة الجودة الشاملة ترتبط بمجموعة من التطورات في مختلف مجالات العلوم كالعلوم الاجتماعية، الاقتصادية و التكنولوجية. ولا ريب أن نظرة كل علم من هذه العلوم إلى الجودة له خصوصياته التي ينفرد بها عن الآخر. و تعد إدارة الجودة بخطواتها المختلفة و بصفتها نظاماً، ووفق لمزاياها، من الوسائل الناجحة في خلق ميزة تنافسية. و الجزائر كغيرها من دول العالم تدرك الحاجة لإصلاح و الرفع من جودة خدمات القطاع المالي (القطاع البنكي و قطاع التأمين)، حيث تجسد هذا في التحولات التي عرفها الاقتصاد الجزائري إثر الوضعية المعقدة التي مر بها بما فيها المشاكل الداخلية كارتفاع معدل البطالة، وارتفاع معدل التضخم، و أخرى خارجية كارتفاع حجم المديونية، حيث اعتمدت الجزائر برنامج الاستقرار و التصحيح الهيكلي و المتمثل أساسا في إلغاء احتكار الدولة لهذا القطاع و السماح بممارسة نشاط التأمين و إعادة التأمين من طرف شركات وطنية و أجنبية و خاصة أو عامة، ناهيك عن الإصلاحات الاقتصادية الأخرى في مجال الصناعة و الزراعة و الاستثمار والتي انعكست بدورها على نشاط التأمين و متطلبات الجودة في الخدمات التأمينية، فعرف هذا الأخير تطورا ملحوظاً خاصة بعد صدور الأمر 07-75 و اتفاقية التوزيع للخدمات التأمينية، حيث أن التعاون بين قطاعي البنوك

وشركات التأمين في الجزائر الذي بدأ في الآونة الأخيرة، شكل نمطاً جديداً في إدارة جودة الخدمات التأمينية والبنكية. فصيرفة التأمين تعتبر وسيلة هامة في إثراء وتنشيط صناعة التأمين عموماً وبالتالي ضمان تحقيقها لمعايير الجودة الشاملة. وهو ما انعكس على ارتفاع عدد الاتفاقيات بين البنوك وشركات التأمين والتي تهدف إلى استخدام الشبكات البنكية لبيع منتجات التأمين.

إلا أنه بالرغم من الجهود المبذولة، و ما تم انجازه من تطوير للتشريعات التأمينية خلال السنوات القليلة الماضية في الجزائر من أجل خلق البيئة التي تشجع على إعادة هيكلة السوق وفتحها أمام الخواص وشركات الأجنبية، و تحقيق المنافسة العادلة لمساعدة و دفع الشركات المحلية على تبني سياسة إدارة الجودة الشاملة و تطويرها لمواجهة المنافسة و المحافظة على حصتها السوقية و استمراريتها. إلا أن واقع خدمات التأمين الجزائرية، ولحد الآن لم يبلغ المستوى المطلوب بالمقارنة مع ما تحققه شركات التأمين على المستويات العالمية من ارتفاع و تطوير في إدارة جودة الخدمات، كما أنها لا تحقق أهداف هذا القطاع مما يتطلب منها إتباع إستراتيجية متكاملة و متجددة ولعل أحد الشروط اللازمة لتطوير قطاع التأمين بالجزائر، العمل على تطوير مجموعة المهارات المحلية في الخدمات التأمينية في ظل النقص الحاد في صانعي السياسات والجهات المنظمة لأداء الدور المحفز من حيث كفاءة الموارد البشرية العاملة في هذا المجال من خلال تحديد المؤهلات المهنية و شروط الاعتماد على مهنة التأمين و تنظيم برامج تدريبية متخصصة تتولاها الجهات المنظمة للرفع من جودة الخدمات المالية.

ففي ظل هذا الواقع الصعب و المعقد، من الضروري جدا الاهتمام بتحسين تقديم الخدمات التأمينية من أجل الحصول على المعلومة بما يساهم في تعزيز الثقة بين المؤمن و المؤمن له، كما أن المعرفة الجيدة للأخطار، و توفر طرق دقيقة لقياسها يمكن الشركة عندئذ أن تتعامل معها بالطريقة المناسبة و بالتالي يجب أن تندمج إدارة الجودة الشاملة مع ثقافة المؤسسة عن طريق سياسة فعالة بالاعتماد على تقنيات و طرق حديثة كصيرفة التأمين و محاولة أقلمتها مع حالة القطاع و سوق التأمين الجزائرية دون

الإخلال بأي مرحلة من مراحلها. بالإضافة إلى التخلص من الأساليب التقليدية للرقابة المبنية على أساس الالتزام بالتشريعات فقط والارتقاء بالمهن التأمينية والإسهام الفعال في توفير الخبرات في مجال إدارة الجودة الشاملة. فنظرا للايجابيات التي يحققها نموذج صيرفة التأمين في أسواق التأمين العالمية ودوره في خلق وتطوير جودة لخدمات قطاع التأمين جعله محطة اهتمام من طرف الحكومات التي تسعى إلى تطويره و تعميمه.

X. المراجع:

- 1- أسامة عزمي سلام وشقيري نوري موسى، إدارة الخطر والتأمين، دار حامد، الطبعة الأولى 2007، ص: 76.
- 2- إبراهيم أبو النجا، التأمينات في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 1985، ص 47.
- 3- إبراهيم علي إبراهيم عبد ربه، التأمين ورياضياته، مع التطبيق على تأمينات على الحياة وإعادة التأمين ، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003/2002، ص: 104.
- 4- بريس عبد القادر وحمو محمد، آفاق تقديم البنوك الجزائرية لمنتجات تأمينية الملتقى الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري جامعة ورقلة.
- 5- جورج ريجدا-George rejda - مبادئ إدارة الخطر و التأمين، ترجمة محمد توفيق البلقيني و إبراهيم محمّد المهدي، دار المريخ للنشر -الرياض - المملكة العربية السعودية-2006، ص: 66.
- 6- جريدة إيلاف الالكترونية تاريخ الإصدار 2010./04/27
- 7- لقام حنان، المنافسة البنكية ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإجتماعية، المركز الجامعي مصطفى إسطنبولي-معسكر.-، 2004-2005، ص 114.
- 8 - Houda Bargaoui, Bancassurance: Commercialisation des produits assurantiels institut superieur de gestion à Tunis 2006-2007
- 9 - Forum des assurances d'Alger, Conseil National des Assurances, Situation et défis du secteur des assurances., Les 28 & 29 novembre, Hôtel El-Aurassi, Algérie, 2005.
- 10 - La convention-type de la distribution des produits d'assurance par les banques et les établissement financières et assimiler – 6 août 2007.
- 11 - <http://www.caar.dz>

- 12- Revue Algérienne Des Assurances ,Note de conjoncture du marche des assurance en Algérie, conseil national d'assurance /sp/dst : 2010
- 13- Jesmol Leitao ,A Project Report On "Bancassurance" Bachelor Of Commerce Banking And Insurance,Icles' College Of Arts, Science & Commerce, Mumbai,(2013-2014).
- 14- Manoj Kumar, Bancassurance Overcoming The Obstacles & Challenges, Africa Insurance & Reinsurance *Conference,Kenya* , June 2011.p:4,
- 15- Manoj Kumar, Winning strategies in Bancassurance, Overcoming Mindset Differences, Documents hosted on einsuranceprofessional.com 22 OCT 2014,p:3.