

La bancassurance en Algérie : Enjeux et perspectives d'avenir

Dr Brahim GUENANE

MCB à l'université de BOUMERDES

المخلص : إن إصلاح قطاع التأمينات في الجزائر يهدف إلى ترقية التأمين البنكي من أجل تحقيق مردودية أكبر من خلال توزيع منتوجات التأمين في شبابيك البنوك. تشجيع التأمين البنكي من طرف السلطات العامة في الجزائر يهدف كذلك إلى ترقية نشاط التأمين الذي يمثل أقل نسبة اقتحام في منطقة المغرب العربي، خاصة فيما يخص التأمينات على الأشخاص.

إن تحضير المحيط الخارجي (القانوني و الضريبي)، و كذلك محيط المؤسسة (هيكلها التنظيمي، نظامها الإعلامي، التكوين، مكافأة البائعين، طرق البيع: المنتجات المسوقة) تشكل شرطا أساسيا لترقية بنوك التأمين في جميع أشكالها.

جاء قانون رقم 04/06 بتاريخ 20 فيفري 2006 المعدل و المتمم للأمر رقم 07/05 بتاريخ 25 جانفي 1995 المتعلقة بالتأمينات، ليرخص لعدة بنوك و مؤسسات مالية عمومية كانت أو خاصة (صندوق التوفير و الاحتياط، البنك الوطني الجزائري، بنك التنمية المحلية، القرض الشعبي الجزائري، بنك الفلاحة و التنمية الريفية، ب ن بي باري با- الجزائر... الخ) بإبرام عقود شراكة مع شركات التأمين من أجل بيع منتوجات التأمين تحت أشكال مختلفة، كل حسب استراتيجيته.

الكلمات الافتتاحية : التأمينات، التأمين البنكي، توزيع منتوجات التأمين، شبابيك البنوك، التسويق البنكي، تسويق التأمينات، مالية.

Introduction :

Depuis quelques années, l'Algérie tente de reformer le secteur des assurances afin de le promouvoir et de le rehausser à sa juste potentialité. Cependant, malgré tous les efforts de redressement économiques consentis, la couverture de l'économie nationale en termes d'assurances demeure la plus faible à l'échelle régionale. Le taux de pénétration des assurances en 2012 s'élève à 0,81% en Algérie contre 1,82% en Tunisie et 2,95% au Maroc, selon l'étude sigma de Swiss Re, publiée en janvier 2014.¹

C'est justement dans la perspective de contribuer d'une manière plus efficace au développement de l'assurance que les pouvoirs publics ont entamé une série de réformes depuis 2006 tant sur le plan législatif, en permettant aux banques de distribuer des produits d'assurance que sur le plan structurel, en ordonnant aux compagnies d'assurance de séparer l'activités d'assurances dommages de celles de personnes, cette séparation devient obligatoire depuis 01 juillet 2011.

Développer les assurances, augmenter la rentabilité et fidéliser le client en lui offrant une gamme complète de produits bancaires et d'assurances, tels sont les objectifs attendus par les acteurs de la bancassurance en Algérie.

Les résultats des premières expériences de la bancassurance en Algérie sont-ils probants et permettent-ils d'atteindre les objectifs attendus et quels seront ses enjeux et perspectives ? C'est à cette problématique que nous tenterons de répondre, commençant par cerner les contours de ce nouveau concept, ses différentes

¹ LAMRIBEN Hocine « Secteur des assurances : le taux de pénétration demeure faible » **EL Watan** du 23/07/2014, p6.

stratégies, ses facteurs clés de succès, le cadre légal de la bancassurance ainsi que ses apports pour le secteur des assurances.

Pour ce faire, nous allons tenter de décortiquer le néologisme « bancassurance », par la suite nous analyserons les réponses fournies lors de nos différents entretiens¹ qui nous ont été accordés par quelques responsables de la bancassurance au niveau des banques, notamment la Banque Nationale d'Algérie (BNA), la Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance (CNEP-BANK), la banque de l'agriculture et du développement rural (BADR), la filiale de BMP PARIS BAS –ALGERIE(CARDIF- EL DJAZAIR), l'union des assureurs et réassureurs(UAR, la Banque Extérieure d'Algérie(BEA)) et enfin la MACIR VIE (filiale de la Compagnie Internationale d'Assurance et de Réassurance).

I) Définition de la bancassurance

Afin de bien cerner les contours du concept « bancassurance », nous tenterons de décortiquer quelques définitions :

En effet, la bancassurance est un terme apparu en France dans les années 70² pour définir la vente de produits d'assurance par l'intermédiaire d'un réseau bancaire.

¹ Enquête administrée auprès des clients des banques, réalisée dans le cadre de ma thèse de doctorat portant sur : **enjeux et perspectives de la bancassurance en Algérie**, soutenue le 12 février 2014 à l'Ecole Supérieure de Commerce d'Alger.

² DANIEL Jean Pierre, **la bancassurance : fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ?** Édition de Verneuil, 1992, France, p13.

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

Alors qu'elle domine très nettement sur certains marchés, représentant plus de deux tiers du chiffre d'affaires en assurance de personnes, d'autres marchés semblent ne pas l'avoir retenu comme modèle.¹ La bancassurance a commencé dans les années 70 par vendre les produits d'assurance vie.²

La bancassurance confèrera à la banque un avantage concurrentiel lié à la stratégie de différenciation implicite mais valorisée par le marché.³

II) Les stratégies de la bancassurance

Les stratégies de bancassurance sont assez diverses et dépendent du niveau de coopération souhaité. Nous tenterons

¹ BORDERIE Alain et LAFFITTE Michel, **la bancassurance stratégie et perspectives en France et en Europe**, revue banque éditions, diffusée par les éditions d'organisation, France, 2004, 917.

² GILBERT Sleiman, **les structures juridiques de bancassurance**, thèse de doctorat en droit privé, FDSS/université de Poitiers, 2004.

³ GOSSOU Sylvestre, **la distribution de l'assurance par les banques : contribution à l'étude des assurances collectives**, thèse de doctorat en droit privé, FDSS /Université de Poitiers/France, 2005, p12.

d'expliquer ci-après les différentes stratégies¹ de bancassurance adoptés par les bancassureurs à travers le monde.

II-1) la création d'une nouvelle filiale : de nombreuses banques européennes ont créé, au cours de ces dernières années des filiales spécialisées en bancassurance. En revanche, la création de filiales bancaires par les compagnies d'assurances est beaucoup moins fréquente en Europe, ces dernières préfèrent acheter des banques existantes.

II-2) la création d'une entreprise commune : cette stratégie constitue également un bon moyen d'internationalisation des banques et des compagnies d'assurances par la création de filiales communes dans les pays étrangers.

II-3) la création d'un holding commun : La création d'un holding commun tout en gardant une structure juridique séparée.

II-4) stratégie d'entrée par acquisition majoritaire : elle suppose la prise de contrôle d'une société déjà existante. L'absorption et l'intégration totale de cette firme n'est pas nécessaire. Cette stratégie est peu prisée par les banques. Par contre, cette stratégie est la préférence des sociétés d'assurance.

II-5) stratégie de fusion - absorption volontaire : Elle se différencie de la précédente par le fait que la fusion est décidée d'un commun accord par les deux parties et prévoit à long terme la constitution d'une société de bancassurance unique.

¹ C. Chatier- Kastler « perspectives de la bancassurance », **Banque et stratégie** N°129, juillet 1996, p20.

II-6) stratégie de participation et de distribution croisées :

C'est une stratégie d'entrée mutuelle des deux sociétés dans leurs marchés respectifs. La participation minoritaire et croisée ainsi que l'échange des administrateurs dans les conseils d'administration respectifs sont utilisés pour renforcer la coopération entre les deux partenaires. Chaque société reste, en revanche, libre dans sa stratégie et sa gestion. Cette stratégie ne semble être préférée, pour le moment que par les grandes institutions financières.

II-7) stratégie de coopération dans la distribution :

Il s'agit principalement d'une stratégie commerciale. Son objectif final est la rentabilisation du réseau de distribution des produits financiers d'un des deux partenaires avec l'accès à une plus large clientèle pour le second. Parmi les avantages dont bénéficient les acteurs qui se limitent à l'activité d'intermédiation se trouvent le respect de leur indépendance.

En pratique, seulement deux modèles de bancassurance coexistent. Le premier, demeure coûteux et repose sur la filialisation. Il domine en France. Les compagnies d'assurances distribuent leurs produits via la banque de détail. Il s'agit de marques séparées propres aux compagnies d'assurances, leurs équipes commerciales et d'après-vente demeurent distinctes de celles de la banque. Les autres fonctions peuvent être communes (informatique, comptabilité, planification et contrôle, audit, ressources humaines, communication).¹

¹ DHAFER Saïdane, les deux modèles de-la-bancassurance, www.l'expansion.lexpress.fr, dernière consultation le 21/04/2012.

L'autre modèle, que l'on rencontre au Royaume-Uni et en Allemagne, est celui de l'intermédiation. Il résulte d'une stratégie de partenariat et d'accords de commercialisation entre des banques et des compagnies d'assurances sous forme de joint-ventures. Il est bien moins coûteux pour la banque, laquelle n'intervient qu'à titre de simple intermédiaire distributeur pour les compagnies d'assurances et autres courtiers.

III) Les facteurs clés de succès de la bancassurance

Le premier facteur de succès est sans aucun doute l'environnement légal et fiscal du pays concerné. En second lieu viennent les avantages fiscaux favorisant l'épargne individuelle. Viennent enfin les facteurs culturels et comportementaux. Un faible taux de pénétration de l'assurance vie, favorisant l'implantation d'assureurs étrangers, peut également avoir un impact important.¹

Le modèle bancassurance a aussi ses facteurs endogènes de succès, son organisation, son système d'information, la formation et la rémunération de ses vendeurs, ses méthodes de vente, mais aussi les produits d'assurance commercialisés.

Une forte intégration du système d'information de l'assurance dans celui de la banque est indispensable. Elle permet une souscription décentralisée au maximum au niveau de l'agence bancaire, et une gestion des contrats et des sinistres centralisée chez l'assureur. En outre, une formation et une motivation (notamment financière) du réseau bancaire à la vente des produits d'assurance sont nécessaires à la réussite commerciale de la bancassurance.

¹ WALLERICH Denis et autres « bancassurance » la revue **FOCUS**, octobre 2005, pp9-14.

Enfin, les caractéristiques des produits vendus sont essentielles. L'activité d'assurance d'un réseau bancaire débute souvent avec des produits proches de l'activité bancaire tels que l'assurance vie, assurance individuelle et assurance crédits.

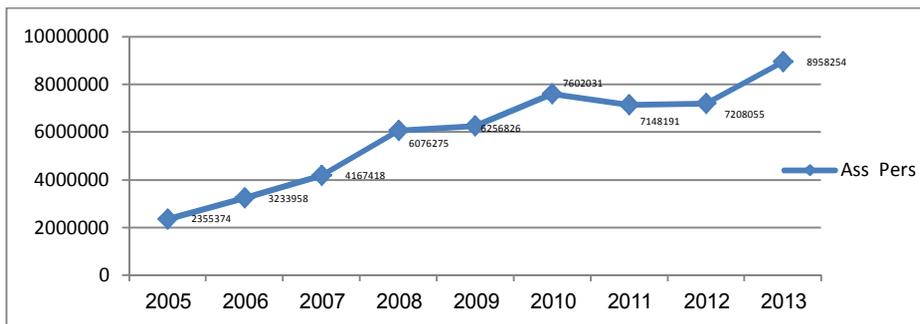
Le succès de la commercialisation de produits d'assurance par les réseaux bancaires profite donc de la bonne image de la banque auprès de ses clients, d'une base importante de clients réguliers, et de l'intégration du processus de commercialisation dans l'activité quotidienne de la banque. Quant à la bonne adaptation au réseau bancaire des produits vendus, elle est essentielle.

Partout dans le monde, la réglementation en matière de banque et d'assurance a changé ou elle est cours de changement. Chez nous, en Algérie, la loi du 20 février 2006, relative aux assurances a permis l'introduction de la bancassurance en autorisant les banques à distribuer les produits d'assurance.

IV) L'impact de la bancassurance sur les assurances de personnes en Algérie

IV-1) Evolution des assurances de personnes entre 2005 et 2013

Figure N°01 : Evolution des assurances de personnes entre 2005 et 2013



Source : les rapports d'activité d'assurance : 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009 (ministère des finances) et notes de conjoncture 2010, 2011, et 2012 et 2013 (CNA).

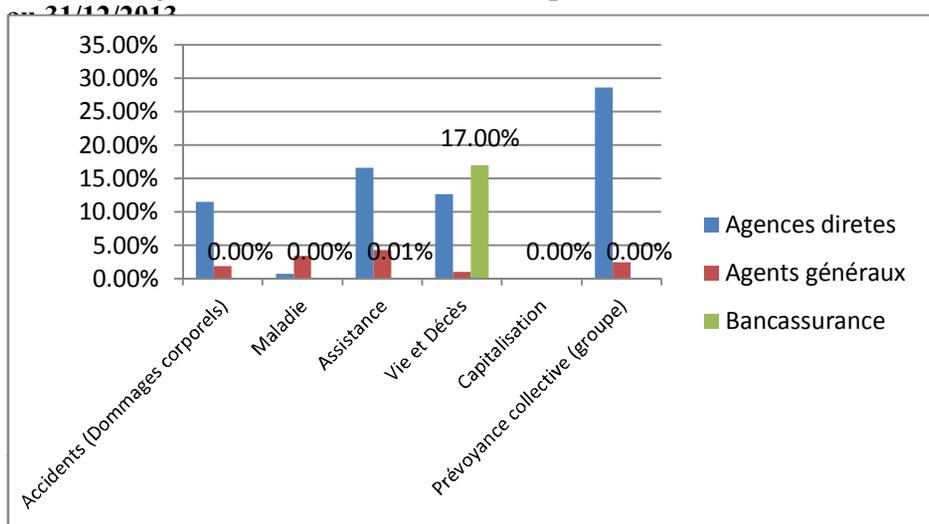
Les assurances de personnes ont connu une progression continue tout au long de la période 2005-2013 comme le témoigne le graphe supra.

En termes de volume, la proportion de l'assurance vie reste très maigre (un chiffre d'affaires de 8.958 millions DA en 2013 soit 7%), son rôle demeure encore faible dans la mobilisation de l'épargne.

Plusieurs facteurs se conjuguent pour freiner le développement de l'assurance vie en Algérie à savoir : le faible pouvoir d'achat des algériens, l'absence de la culture assurantielle et le facteur religieux (une partie de la population considère que l'assurance est une opération illicite de point de vue de la religion).

IV-2) Production des assurances de personnes par réseau de distribution

Figure N°02 : Production des AP par réseau de distribution



Nous observons que la part de 17% semble prometteuse pour un début de la bancassurance, cependant, ce taux est représenté par les contrats vie et décès souscrits à l'occasion du crédit, la proportion des autres types de contrats (accidents, maladie assistance, capitalisation et prévoyance collective) est insignifiante.

La grande partie de la bancassurance (88%) est générée par la filiale de BNP paris bas (CARDIF–Algérie), le reste est réalisé par CAARAMA, SAPS et AXA VIE.¹

Le concept de bancassurance, a été introduit, dans un but de booster le marché des assurances de personnes, en diversifiant le réseau de distribution surtout que les banques bénéficient d'une fréquence de contact plus élevée avec les clients et d'une meilleure connaissance de leur situation patrimoniale.

Cependant, pour certaines banques, la bancassurance n'a pas donné les résultats attendus, son adoption n'est pas venue de libre choix des partenaires mais sur injonction des pouvoirs publics. Résultats, le partenaire banque n'as pas prêté l'intérêt voulu pour lancer cette nouvelle activité, aucune étude de faisabilité de ce nouveau produit n'a été faite, aucune étude de consommateur n'a été réalisée, l'absence de comptabilité analytique par activité complique davantage l'analyse de la rentabilité marginale de l'activité bancassurance.

Bien, qu'étant à un état embryonnaire de son évolution, la bancassurance concrétisée par le bais des partenariats entre compagnies nationales et étrangères s'annoncent plus intéressants

¹ Note de conjoncture du marché des assurances, 4^{ème} trimestre 2013, CNA, p13.

(à l'exemple de CARDIF Algérie et la CNEP- Banque), car le réseau de distribution est déjà sur place et le transfert technologique est assuré. Le management étant octroyé au partenaire étranger, il va sans aucun doute agir positivement sur le plan de la formation, de la ressource humaine et apporter un plus en matière de marketing, ainsi qu'un apport en capitaux.

Le partenariat avec les compagnies étrangères dans le domaine de bancassurance permettra d'élever le niveau de concurrence et de compétitivité des sociétés d'assurances, ainsi que la qualité des services.

V) Le cadre légal de la bancassurance en Algérie

Conscient de l'irréversibilité de la progression de la bancassurance dans le monde, le législateur algérien, a promulgué la loi 06-04 du 20 février 2006.

Cette loi vient conforter l'édifice législatif Algérien, avec une approche tendant à une prise en charge plus professionnelle des activités d'assurances en y introduisant de nouveaux instruments de régulation, d'organisation et de contrôle, faisant ainsi, de la sauvegarde des intérêts des clients et donc d'une meilleure couverture de l'économie nationale. Plusieurs textes exécutifs se sont suivis pour encadrer cette nouvelle activité, notamment :

- Le décret exécutif n°07-153 du 22 mai 2007 fixant les modalités et conditions de distribution des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution.

- L'arrêté du 06 août 2007 portant application des dispositions de l'article 2 du décret exécutif supra fixant la forme et la périodicité des déclarations à transmettre par les sociétés d'assurance à la centrale des risques.
- Le décret exécutif n°02-293 du 10 septembre 2002 modifiant et complétant le décret exécutif n° 95-338 du 30 octobre 1995 relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurance.
- l'arrête du 20 février 2008 (art.2), concernant le taux maximum de participation d'une banque ou d'un établissement financier dans le capital social d'une société d'assurance et/ou de réassurance est fixé à quinze pour cent (15%) du capital social de la société d'assurance et/ou de réassurance.
- Le décret Exécutif N° 07-153, dans ses articles 5 et 6 et 7 portant, respectivement : la convention de distribution-type des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés, ainsi que les modalités pratiques de mise en œuvre du stage et la formation adaptée des agents souscripteurs d'assurance employés par les organismes visés plus haut. A ce sujet, les modalités pratiques de mise en œuvre du stage suscité sont prédéfinies par l'annexe N°06 de la convention, à savoir : Organisme formateur, lieu de la formation, durée de formation théorique.
- l'arrête du 6 août 2007, art.2, 3 et 4 qui déterminent les Produits d'assurance à distribuer et les niveaux maximum de commissionnement. Ces dispositions, nous les résumons dans le tableau suivant :

Tableau N°01 Produits d'assurance à distribuer et niveaux maximum de commissionnement.

Famille de Risques	Taux Maximums Commissions
Assurances de Personnes	15% et pour les assurances de capitalisation : 40% de la 1ère prime et 10% des primes annuelles suivantes durant toute la durée du contrat
Assurance-Crédit	10%
Assurances des Risques Simples d'Habitation et Multirisques Habitation	32%
Assurances obligatoires des Risques Catastrophiques	5%
Assurances Risques Agricoles	10%

Source : arrêté du 6 août 2007, art.2, 3 et 4

VI) Les précurseurs de la bancassurance en Algérie

En vertu de la loi de février 2006, l'Algérie s'ouvre à la bancassurance avec l'annonce d'accords entre banques et compagnies d'assurances pour la vente de produits d'assurance par l'entremise des banques. C'est ainsi, qu'aujourd'hui, les banques multiplient les contacts avec les compagnies d'assurances afin de mettre en œuvre cette pratique.

En effet, une convention a été signée entre l'union algérienne des sociétés d'assurances et de réassurance (UAR) et les représentants de banques publiques et privées. Cet accord permet aux banques publiques de distribuer des produits d'assurances.

Cette collaboration sera limitée dans un premier temps à l'assurance de personnes, l'assurance-crédit, l'assurance risque d'habitation et risques agricoles.¹

De multiples accords de partenariats stratégiques entre les acteurs du marché ont été signés quelques mois seulement après

¹ Entretien avec le responsable de la CARDIF –Algérie en date du 06/01/2011.

l'adoption et la présentation de la convention type de distribution, dernière formalité requise avant la mise en pratique des activités de bancassurance.

Nous tenterons ci-après d'évoquer les expériences des uns et des autres, chacun à sa stratégie pour se lancer dans la bancassurance.

Il s'agit, des contrats passés entre la société algérienne d'assurance(SAA) et la banque algérienne de développement rural(BADR), entre la compagnie algérienne d'Assurances et de réassurance (CAAR) et le crédit populaire algérien(CPA), entre la caisse nationale d'épargne et de prévoyance (CNEP-BANQUE) et la compagnie d'assurance CARDIF EL-DJAZAÏR (filiale de BNP Paribas Algérie).¹

Aussi, nous avons connu la signature de conventions entre la société algérienne d'assurance(SAA) et la banque de développement local(BDL), entre la compagnie algérienne d'assurances et de Réassurance (CAAR) et la banque extérieure d'Algérie(BEA),

D'autres contrats ont été noués entre la compagnie algérienne d'assurances et de réassurance (CAAR) et la banque nationale d'Algérie(BNA), entre compagnie algérienne d'assurances de transports (CAAT) et la banque extérieure d'Algérie(BEA).

La banque extérieure d'Algérie s'est associée avec la société française AXA en mettant à sa disposition quelques agences

¹ T Dalila « L'essor de la bancassurance », **le Maghreb** du 11/05/2008.

qui ont été créées après 2008, car toutes les autres agences ont été dédiées soit pour la CAAR, soit pour la CAAT dans le cadre de conventions avec des clauses d'exclusivité.¹

Le marché a connu aussi, la création en 2010 d'une société commune en l'occurrence la société d'assurance, de prévoyance et de santé (SAPS) en partenariat entre le groupe français MACIF, la SAA, la BDL et la BADR.

La quasi-totalité des partenariats se sont concrétisés soit par des signatures de conventions de commercialisation (accords de distribution), soit par la création d'une entreprise commune (joint - venture).

Quant aux produits d'assurance pour lesquels des conventions de partenariat ont été signées entre les partenaires, nous les énumérons ci-après :

La distribution de produits d'assurance par La CNEP BANQUE en partenariat avec CARDIF EL DJAZAIR portera d'abord sur l'assurance des emprunteurs de la CNEP (vie et invalidité, incapacité de travail et chômage). Puis, elle sera étendue aux produits de prévoyance et d'épargne comme l'assurance décès, l'assurance de protection des comptes, produits d'assurance dommages liés aux crédits hypothécaires qui concernent l'assurance catastrophes naturelles et l'assurance multirisques habitation.²

¹ Entretien avec le responsable de la bancassurance à la BEA en date du 03/05/2012.

² Entretien avec le responsable de la CARDIF –Algérie en date du 06/01/2011.

Le choix opéré dans ce partenariat s'est concrétisé par le lancement en janvier 2009 de l'assurance des emprunteurs (ADE) et de "CNEP TOTALE PREVOYANCE" en juillet 2009.¹

BNP Paribas lance sur le marché de la bancassurance algérienne, deux offres spécifiques bien adaptées et accessibles, "Protection Optimale" pour les particuliers et "Protection Pro" destinée aux professionnels. Ces produits garantissent le versement d'un capital déterminé à l'avance par le souscripteur en cas de décès ou d'invalidité absolue et définitive.

Etant une banque spécialisée dans le crédit agricole, la banque de l'agriculture et du développement rural (BADR) opte pour 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.

Les assurances de personnes et de risques habitation sont également prévues dans l'offre de bancassurance proposée par la BADR.²

La BADR compte lancer de nouveaux produits en matière d'assurances, il s'agit de l'assurance multirisque relative aux semences et à la production de pomme de terre, à la viticulture, à la production des olives et à l'olivier.

Le partenariat CPA/CAAR, bute sur la commercialisation, dans une première étape, des polices d'assurance « multirisque habitation », « catastrophes naturelles », « temporaire au décès » et

¹ Entretien avec le responsable de la bancassurance à la CNEP-Bank en date du 26/12/2010.

² Entretien avec le responsable de la bancassurance à la BADR en date du 25/04/2012.

« crédits ». Cette gamme de produits sera par ailleurs élargie, dans une seconde étape, avec la commercialisation des assurances « voyage à l'étranger », « groupe » et « individuelle accident ».

La BNA s'est engagée à distribuer des produits d'assurances de la CAAT et de la SAA qui concernent les particuliers, tels que l'assurance décès, l'assurance individuelle accidents, l'assurance voyage et assistance, ainsi que l'assurance obligatoire des effets des catastrophes naturelles «CAT NAT».¹

La MACIR propose trois produits liés aux crédits à savoir :² assurance groupe emprunteur, assurance-crédit d'exploitation et assurance accident corporal.

VII) Les contraintes de la bancassurance en Algérie

Le développement de la bancassurance souffre de plusieurs contraintes dont les unes sont liées à la réglementation bancaire et les autres à la réglementation des assurances.

VII-1) Les contraintes liées à la réglementation bancaire

Du côté de la réglementation bancaire algérienne, deux contraintes majeures sont à considérer, il s'agit de l'obligation au secret professionnel et de l'absence du caractère accessoire que doit avoir, comme première étape, la bancassurance par rapport à l'activité principale de la banque.

Au même titre que de nombreuses activités, le banquier algérien, comme par ailleurs, est tenu au secret professionnel, ce principe est encadré par l'article 117 de l'ordonnance 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit. A priori, la pratique de la bancassurance repose sur la communication d'information

¹ Entretien avec le responsable de la bancassurance à la BNA en date du 25/04/2012.

² Entretien avec le responsable des assurances-vie à la MACIR en date du 28/02/2013.

relative aux clients de la banque à la compagnie d'assurance dans le cadre de la recherche des synergies entre les deux partenaires.

Aux termes de l'article 72 de l'Ordonnance N°03-11 du 26 août 2003 modifiée, relative à la monnaie et au crédit encadrant les opérations connexes ne prévoit pas l'opération d'assurance, il est impératif aujourd'hui de revoir cet aspect, afin de permettre à la banque de se lancer réellement dans la bancassurance.

VII-1-2) Les contraintes liées à la réglementation des assurances

Les commissions à encaisser par les bancassureurs étant plafonnés par la réglementation.¹ Par ailleurs, il est interdit d'encaisser un montant de prime supérieur à celui fixé par la compagnie d'assurances (la banque étant un intermédiaire). Ceci ne joue pas en faveur du développement de la bancassurance.

Toutefois, nous pensons que ces différentes contraintes ne feront que retarder le développement de la bancassurance. Mais, elles ne l'empêcheront pas de continuer à se développer. Cette conviction nous la tirons des enjeux que représente la bancassurance pour ses différents acteurs.

VIII) Les enjeux de la bancassurance

VIII-1) Les enjeux de la bancassurance pour la banque

Les avantages tirés par les banques dépendent de degré du succès de la bancassurance, de la formation efficace du personnel

¹ Voir le tableau N°01.

et du modèle de distribution choisi. Les enjeux que présente la bancassurance pour la banque s'étalent sur deux niveaux à savoir : enjeux commerciaux et enjeux financiers et de rentabilité

Au niveau commercial, les banques algériennes sont confrontées à des défis de plus en plus nombreux à savoir : la désintermédiation, ouverture du marché à la concurrence, accroissement des coûts d'exploitation, baisse des taux d'intérêts. Ajouter à cela, l'absence d'une dynamique au niveau du marché financier, la corruption et le blanchiment d'argent, les nouveaux besoins de l'activité économique et la fréquence des crises financières.

Face à toutes ces contraintes, les banques ne peuvent que chercher une alternative. Une des solutions possibles pour une banque est l'élargissement de ses activités aux produits d'assurance. Les banques peuvent offrir des produits d'assurance proches de leur métier, tels que les assurances des prêts immobiliers et la garantie de la carte du crédit.

Concernant l'aspect financier, les banques algériennes sont confrontées à la problématique de la rentabilité du réseau. Au-delà des efforts de reconversions du personnel, des tâches administratives vers des fonctions de commercialisation et de conseil, elles ont été incitées à rechercher des sources de diversification dans le développement d'activités financières proches ou complémentaires de leur activité bancaire traditionnelle.

Dans cette optique, proposer aux clients une gamme intégrée de produits financiers, à la fois bancaires et d'assurance est particulièrement une option attrayante pour les banques, car la

rentabilité est élevée pour un investissement en capital relativement faible.

En effet, la banque, en distribuant des produits d'assurances obtient de nouveaux revenus, elle reçoit un pourcentage de primes. Cette commission peut aller jusqu'à 40% de la prime nette et si l'on imagine l'ampleur des primes encaissées par la banque, nous nous trouvons en face des revenus énormes.

Cependant, plusieurs banques trouvent des difficultés pour se lancer dans la bancassurance en raison notamment de : savoir-faire particulier, des règles de commercialité différentes, deux approches de risque différentes, obligation au secret professionnel.

D'autres banques ont opté pour des partenariats avec plus d'une compagnie d'assurance, à l'exemple de la BNA et de la BEA, avec des clauses d'exclusivité : résultats, il fallait dédier quelques agences au premier partenaire, d'autres au deuxième...etc. Cette stratégie a eu comme conséquence la non satisfaction du client, du fait qu'il est obligé d'acheter le produit d'une compagnie parce qu'il est domicilié dans telle ou telle agence bancaire.

VIII-2 Les enjeux de la bancassurance pour les compagnies d'assurance

L'objectif de la bancassurance pour les compagnies d'assurance étant l'élargissement des possibilités de distribution afin d'augmenter la part de marché et d'améliorer la rentabilité.

Il s'agit, pour la compagnie d'assurances, de se doter d'un réseau de distribution le plus large possible. Dans cette logique, l'association avec une banque présente plusieurs avantages. En

effet, les banques fournissent un grand nombre de concessions à des compagnies d'assurance. Les compagnies d'assurance se trouvent, parfois dans des circonstances difficiles, il est difficile de fournir les liquidités nécessaires pour s'acquitter de leurs obligations aux abonnés. Dans ce cas, le recours à un partenaire banque est plus que nécessaire pour couvrir le déficit.

En plus de leurs considérables fonds propres, les compagnies d'assurance encaissent d'importantes primes de leurs clients. Face à cette avalanche des fonds, les compagnies d'assurances se trouvent dans l'obligation d'investir. Il est plus que naturel, que ces compagnies se tournent vers les banques comme un canal sécurisé et avec une expérience dans la gestion des fonds et dans l'investissement.

VIII-3) Les enjeux de la bancassurance pour les clients

La bancassurance permet aux clients d'obtenir tous leurs besoins dans un seul endroit. En effet, le client a une accessibilité plus grande et facile à tous les services financiers, car le réseau de banque est généralement plus dense et plus étendu que celui de l'assurance. Les modes de paiement des primes sont simplifiés car prélevés directement sur le compte bancaire.

Le client dispose d'un interlocuteur unique et disponible avec lequel il entretient une relation de confiance. La satisfaction d'un seul client peut parler à d'autres et ça fera augmenter le nombre de clients à solliciter ce type de produits chez leurs banquiers.

L'assurance est un moyen de garantie exigé par les banques auprès de leurs clients, parfois les garanties exigées sont

disponibles chez les compagnies d'assurance, parfois elles ne le sont pas. La présence d'un tel accord entre la société d'assurance et la banque, permet à la société d'assurance de développer ou à introduire de nouveaux produits pour répondre aux besoins de la banque et de ses clients et permettra au client d'obtenir le crédit et l'assurance dans un seul endroit.

En fin, le client est mieux rassuré en raison de la capacité organisationnelle que détienne la banque par rapport aux intermédiaires traditionnels (courtiers et agents généraux).

VIII-4) Les enjeux macroéconomiques de la bancassurance

La bancassurance contribue d'une manière efficace au développement de l'épargne, nécessaire au financement de l'économie. En effet, l'intervention de la banque dans la vente des produits d'assurance facilite la mobilisation de l'épargne individuelle et collective, elle fournit au client la garantie, la simplicité et la transparence qu'il exige. Néanmoins, ce nouveau concept n'a pas eu un bon essor auprès des algériens. Ce ralentissement s'explique par différentes raisons :¹

- La faiblesse de l'impact des politiques de promotion portées par les compagnies d'assurance,
- la détérioration du pouvoir d'achat,
- l'absence de culture d'assurance chez les algériens,²

¹ Entretien avec le directeur de l'UAR en date du 08/11/2010.

² En marge d'une enquête administrée auprès des clients des banques dans le cadre de ma thèse de doctorat, la majorité des clients questionnés sur la perception de l'assurance considèrent que l'assurance est une pénalité et ils la souscrivent par obligation telle que l'assurance responsabilité civile automobile. Elle est souvent perçue comme une taxe dont il faut s'acquitter pour avoir le droit de rouler en voiture.

- Considération religieuses, d'autant plus que beaucoup d'entre eux repose sur la logique que seul garant est Dieu.

Cette attitude des algériens vis-à-vis de l'assurance en général et de l'assurance de personnes en particulier, fait que ce type d'assurance est peu développé par les réseaux traditionnels.

L'assurance de personnes, qui comprend accidents, maladies, assistance, vi-décès, nuptialité, natalité, assurance liées à des fonds d'investissement, capitalisation, gestion de fonds collectifs et prévoyance collective, peut avoir son succès dans les guichets des banques tout en, profitant de la présence de client pour lui proposer et le convaincre à souscrire ces contrats jusque-là méconnus ou peu communiqués par les compagnies d'assurances.

Conjuguer les efforts des banques et des compagnies d'assurance pour un meilleur essor du marché des services financiers et de réussir la réforme financière tant attendue.

La bancassurance est un atout pour la vulgarisation des produits financiers et par voie de conséquence élever les taux de bancarisations et de la pénétration de l'assurance, ce taux est le plus faible par rapport aux pays voisins (Maroc et Tunisie).

En claire, la bancassurance contribuera à enrichir l'offre globale en produits d'assurance, notamment l'assurance vie et contribuera à l'accumulation du capital et à maintenir un service de proximité.

Vu la hausse du niveau des départs à la retraite, les cotisations de la population active ne peuvent plus permettre le

paiement de la totalité des retraites par répartition. La bancassurance peut apporter une solution à ce problème en offrant des produits de retraite complémentaire (retraite par capitalisation).

Avec l'informatisation et l'automatisation des procédures, le besoin en personnel peut devenir moins en moins important. Selon une étude réalisée par l'union des banques maghrébines en 2011, les banques algériennes présentent un effectif type par guichet le plus élevé de la région. La bancassurance peut permettre de limiter le licenciement du personnel en les faisant vendre des produits d'assurance.

L'implication des banques dans le marché de l'assurance permettra d'encourager la concurrence, ce qui a amené les différents intervenants à chercher une meilleure maîtrise des coûts et une exploitation des avantages comparatifs de chacun.

Un des objectifs attendus de la généralisation de la bancassurance en Algérie serait d'accroître le taux de pénétration de l'assurance dans le produit intérieur brut(PIB).

En sommes, profitant de la vulgarisation de l'assurance auprès d'une clientèle que les distributeurs de l'assurance traditionnels (agents généraux et courtiers d'assurance) n'ont pas investie à ce jour, les souscripteurs des produits bancassurance finiront par développer une culture financière suffisante leur permettant de choisir, pour la satisfaction de leurs besoins de sécurité. Ils ne garderont chez leurs banquiers que les produits d'assurance boudés par les distributeurs classiques, tels que l'assurance vie et de retraite : ces produits ne présentent pas un enjeu commercial attrayant pour les courtiers et agents généraux compte tenu de la difficulté d'atteindre le volume de vente critique.

IX) Les perspectives de la bancassurance en Algérie

En dépit du développement de la bancassurance durant ces dernières années comme l'un des moyens modernes de commercialisation des services d'assurance, notamment l'assurance vie, qui sont fondés sur la confiance mutuelle entre la banque et ses clients, le volume de ces services n'a pas encore atteint les niveaux probants dans notre pays. Cependant, les perspectives du développement de la bancassurance semblent prometteuses en Algérie au travers les facteurs ci-après :

IX-1) Taux de pénétration et densité de l'assurance

La prime d'assurance moyenne par habitant (densité d'assurance) est passée de 650 DA en 2000 à 2 632 DA/habitant en 2012, soit l'équivalent de 33 dollars. Le taux de pénétration du marché des assurances (production/PIB) demeure inférieur à 1%, il est estimé à 0,81% en 2012.¹

Cependant, le potentiel du marché algérien des assurances est estimé à plus de cinq milliards de dollars en 2020 par rapport à 1,2 milliards de dollars aujourd'hui.² pour atteindre ce niveau, les autorités algériennes comptent sur la diversification des acteurs dans le domaine des assurances et sur l'émergence de la bancassurance. Par voie de conséquence, à l'horizon 2020, il

¹ LAMRIBEN Hocine, opcit.

² DAGHEFLI K « Un potentiel de 5 milliards de dollars qui échappe aux 23 compagnies », **Horizons** du 7 novembre 2012.

faudrait atteindre un niveau de dépenses en matière d'assurances de 125 dollars par habitant.

Il y a un grand potentiel dans le marché de l'assurance de personnes notamment les assurances maladies et retraites, qui sont gérées, actuellement, par les organismes de la sécurité sociale qui se trouvent dans des difficultés financières nécessitant l'intervention de l'Etat à travers d'autres sources de financement.¹ Cette fragilité du système de sécurité sociale offre un avantage à concourir par les assurances complémentaires à travers, notamment, la bancassurance.

Au-delà de l'assurance des personnes, c'est tout le secteur qui a besoin de se réformer pour prétendre améliorer ses points faibles que constituent la qualité de service et l'innovation et jouer ainsi pleinement son rôle économique et social.

IX-2) Améliorer le cadre juridique de la bancassurance

L'instauration en 2006, par le législateur algérien, d'un statut d'intermédiaire pour les banques et établissements financiers et assimilés n'offre que des perspectives de régularisation limitées et n'encourage guère le décollage de la bancassurance.

La révision de la loi bancaire s'avère plus que nécessaire pour permettre aux banques et établissements financiers d'exercer l'activité d'assurance comme opération connexe, comme ça été fait dans tous les pays où la bancassurance trouve son développement normal.

¹ Le système de la sécurité sociale en Algérie est fondé sur : Le principe de la répartition et de solidarité et sur l'affiliation obligatoire.

Il est recommandé aux pouvoirs publics de procéder à l'allégement de certaines dispositions légales relatives à l'exercice de l'assurance par les banques à l'exemple de:

- Réviser la loi bancaire afin de permettre à la banque de se lancer réellement dans la bancassurance.
- Etendre la réduction de la marge de solvabilité qui est fixé à 15% à des normes acceptables à toutes les assurances de personnes (tout récemment, cette marge est ramenée à 4%, mais uniquement pour les produits : vie et décès, nuptialité-natalité et capitalisation).
- L'amélioration de la fiscalité en diminuant ou supprimant la taxe sur l'activité professionnelle(TAP) sur les contrats d'assurance de personnes qui est de 2%.
- Exonérer de l'IRG les revenus de l'assurance par capitalisation.
- Autoriser la souscription des contrats d'assurance, notamment vie, en devise étrangère, chose qui va permettre aux ressortissants algériens de rapatrier leurs argent et par conséquent faire bénéficier l'économie nationale.

En définitive, dans un souci d'efficacité, il convient d'adapter progressivement la réglementation existante à la spécificité de la bancassurance, afin que la réalité juridique suive la réalité économique.

IX-3) La recherche des synergies

L'émergence de la bancassurance en Algérie peut être motivée par la recherche des synergies à travers notamment : Le rapprochement des clientèles, Les produits, le rapprochement des métiers, un marketing intégré et une culture d'entreprise bancassurance.

La recherche de la synergie par le rapprochement des clientèles est confrontée à des contraintes juridiques liées au secret professionnel, qui rendent le fichier clients détenue par les banques passif et ne privilégient pas le rapprochement entre les banques et les compagnies d'assurance. De ce fait, des efforts doivent être consentis par chacun de son côté afin d'améliorer la capacité de l'appareil commercial, qualifier et actualiser ses propres moyens de pénétration du marché.

Afin de bénéficier des synergies par rapprochement des produits, il est impératif, au départ, de commencer par vendre des produits simples, assimilables facilement par les réseaux, sans formation technique lourde autre qu'une formation au produit.

La recherche des synergies par les métiers nous mènera à déterminer si le rapprochement des deux activités de banque et d'assurance vise une association partielle ou une fusion plus poussée d'activités.

Le développement de la bancassurance en Algérie doit reposer sur un marketing intégré qui consiste à renforcer les liens entre les banques et les compagnies d'assurance et de créer de nouvelles sociétés en partenariat. Ce développement dépend aussi de la convergence d'intérêts entre assureurs et banquiers.

Les clés de succès de la bancassurance résident donc dans la mise en place d'une stratégie marketing adéquate.

Cette stratégie marketing sera axée sur la transparence dans les tarifs, une stratégie de communication efficace et une qualité de service à la hauteur des aspirations de la clientèle qui jusque-là ne manifeste pas un grand enthousiasme envers les produits d'assurance en général et ceux liés à la personne en particulier.

Enfin, pour des synergies peuvent être recherchées par le développement d'une culture d'entreprise bancassurance. En effet, les activités de banque et les activités d'assurance ont évolué dans des contextes historiques et culturels différents. Le profil des hommes qui y travaillent et leurs compétences ont été modelés par des systèmes de gestion également différents.

La réussite d'un projet de bancassurance implique donc le développement d'une nouvelle culture d'entreprise, ce qui nécessite :

- de dresser l'état des lieux concernant le climat, la vision, les attitudes, et les comportements des opérations vis-à-vis de l'autre métier,
- d'établir un plan de communication et de formation interne dans le cadre d'un projet d'entreprise.

IX-4) Promouvoir la culture assurantielle

Parmi les obstacles majeurs qui entravent le développement de l'assurance en générale et celle liés à la vie de la personne en particulier, nous retrouvons l'absence d'une culture assurantielle. En partie, ceci revient à la faiblesse dans l'information et dans l'éducation de l'assurance, à l'héritage d'une autre culture d'assistanat, de fatalisme et au recours à l'appui de l'état ou à la solidarité collective et/ou familiale, lors de la survenance du

sinistre. Aujourd'hui, il est plus que nécessaire de penser à développer cette culture d'assurance.

Nous ne pouvons nier totalement l'existence d'une certaine évolution dans les comportements des algériens .Cependant, beaucoup reste à faire pour hisser le taux de pénétration de l'assurance dans les ménagés algériens à ses niveau les plus acceptables. Pour ce faire, il est indispensable de mettre en ouvres les actions suivantes :

- Etudier le marché afin d'arriver à maitriser les bases sociales qui traduisent les éléments structurants de la société, afin de trouver le moyen de pénétrer cette société.
- Segmenter la clientèle et différencier les niveaux sociaux, leurs besoins d'épargne et de prévoyance qui peuvent être totalement différents suivant qu'ils soient dans telles ou telles situations.
- En fin, il appartient aux pouvoirs publics de mettre en œuvre un dispositif pour intégrer, dans les manuels scolaires, la matière d'éducation en assurance dans le but d'inculquer cette culture assurantielle chez l'algérien dès son âge, et de poser les bases de la démarche collective nécessaire à la mise en œuvre d'un véritable projet de développement de l'assurance, ce qui entrainera inévitablement la promotion de la culture assurantielle en Algérie.¹

IX-5) L'assurbanque

La bancassurance peut s'étendre aux mutuelles et aux organismes financiers (la poste, caisse d'épargne, trésor public, collectivité locales...), même les grandes surfaces de distribution

¹ BARKAT Mohamed. A « la culture assurantielle : une réalisation à l'effort commun » **bulletin des assurances** N°21 / CNA/ 4émé trimestre 2012, pp5-6.

peuvent intégrer ce créneau, mais ça dépendra des textes réglementaires.

En effet, en l'absence de la réglementation permettant aux sociétés d'assurance de vendre des produits bancaires, les banques sont prêtes à compter sur leurs partenaires assureurs pour vendre des produits bancaires.

Comme toute activité commerciale, la modernisation des outils technologiques et de télécommunication améliorera certainement les services de bancassurance. Par ailleurs, les banques algériennes aspirent maintenant vers la banque à distance, mais il faut aller étape par étape.

Conclusion

La jonction des métiers de la banque et de l'assurance fait apparaître la bancassurance. Ce dernier donc n'est venu que pour renforcer la collaboration et la complémentarité des deux secteurs mais aussi, fait naître une concurrence et augmentera par conséquent l'efficacité.

La bancassurance permettra de densifier les réseaux de distribution des assurances, en l'élargissant le nombre de point de ventes. Ce qui contribuera à améliorer le taux de couverture de marché.

L'expérience des pays développés dans le domaine a démontré que la bancassurance, est un moyen de production de richesse dans laquelle les professionnels de la banque et de l'assurance se sont fermement engagés pour financer le développement économique et social de leur pays.

En Algérie, cette nouvelle donne permet de créer des liens nouveaux entre les deux activités émergentes, l'instauration d'une nouvelle dynamique et la naissance de partenariats de type gagnant/gagnant.

En optant pour ce nouveau mode de distribution, l'Algérie compte réaliser l'envol effectif de sa bancassurance, et rattraper ainsi le retard cumulé. Cette volonté de réussite se manifeste à travers l'annonce d'accords importants de partenariats entre banques et sociétés d'assurances tant nationales qu'étrangères pour la vente de produits d'assurance sur le marché algérien. Cependant pour réussir, la bancassurance doit être prise d'une manière pédagogique et sereine.

Les pouvoirs publics doivent procéder à l'allègement de certaines dispositions légales relatives à l'exercice de l'assurance par les banques.

De leur côté, les bancassureurs, il est recommandé aux partenaires banques et assureurs, avant de se lancer dans des partenariats, de procéder à l'étude de faisabilité, notamment à l'étude de consommateur et la comptabilité analytique par la méthode des coûts marginaux, afin de déterminer la rentabilité de ces nouveaux produits.

Dans un proche avenir, la poste algérienne, forte de son réseau d'agences et de son implantation nationale, deviendra une banque, elle pourra aussi distribuer de l'assurance. L'activité de l'assurance devra s'élargir aussi aux grandes surfaces, voilà les nouveaux concurrents potentiels de bancassureurs. Lesquels concurrents viendront développer davantage l'activité d'assurance,

permettront ainsi, de drainer l'épargne qui circule, jusque-là, en dehors du circuit bancaire.

Références bibliographiques

BARKAT Mohamed.A « la culture assurantielle : une réalisation à l'effort commun » bulletin des assurances N°21 / CNA/ 4émé trimestre 2012, pp5-6.
BORDERIE Alain et LAFFITTE Michel, la bancassurance stratégie et perspectives en France et en Europe, revue banque éditions, diffusée par les éditions d'organisation, France, 2004, 917.
C. chatier- kastler « perspectives de la bancassurance », Banque et stratégie N°129, juillet 1996, p20.
DAGHEFLI K « Un potentiel de 5 milliards de dollars qui échappe aux 23 compagnies », Horizons du 7 novembre 2012.
DANIEL Jean Pierre, la bancassurance : fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ? édition de Verneuil, 1992, France, p13.
DHAFER Saïdane, les deux modèles de-la-bancassurance, www.l'expansion.lexpress.fr , dernière consultation le 21/04/2012.
GILBERT Sleiman, les structures juridiques de bancassurance, thèse de doctorat en droit privé, FDSS/université de Poitiers, 2004.
GOSSOU Sylvestre, la distribution de l'assurance par les banques : contribution à l'étude des assurances collectives, thèse de doctorat en droit privé, FDSS /Université de Potiers/France, 2005, p12.
GUENANE Brahim, enquête administrée auprès des clients des banques, réalisée dans le cadre d'une thèse de doctorat portant sur enjeux et perspectives de la bancassurance en Algérie , soutenue le 12 février 2014 à l'école supérieure de commerce d'Alger.
LAMRIBEN Hocine « Secteur des assurances : le taux de pénétration demeure faible » EL Watan du 23/07/2014, p6.
T Dalila « L'essor de la bancassurance ». le Maghreb du 11/05/2008.
WALLERICH Denis et autres « bancassurance » la revue FOCUS, octobre 2005, pp9-14.

Entretien avec le directeur de l'UAR en date du 08/11/2010.
Entretien avec le responsable de la bancassurance à la BADR en date du 25/04/2012.
Entretien avec le responsable de la bancassurance à la BEA en date du 03/05/2012.
Entretien avec le responsable de la bancassurance à la BNA en date du 25/04/2012.
Entretien avec le responsable de la bancassurance à la CNEP-Bank en date du 26/12/2010.
Entretien avec le responsable de la CARDIF –Algérie en date du 06/01/2011.
Entretien avec le responsable de la CARDIF –Algérie en date du 06/01/2011.
Entretien avec le responsable des assurances-vie à la MACIR en date du 28/02/2013.
Note de conjoncture du marché des assurances, 4 ^{ème} trimestre 2013, CNA, p13.