

UNIVERSITÉ ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Economiques

MÉMOIRE FIN DE CYCLE

En vue de l'obtention du diplôme de
MASTER EN SCIENCES ÉCONOMIQUES
Option : Économie Monétaire et Bancaire

L'INTITULE DU MÉMOIRE

La Bancassurance en Algérie : Entre Théorie et Réalité
Cas : BNA Bejaia 356

Préparé par :

- BOUHAMDANI Rachida.
- BERKOUK Hassiba.

Date de soutenance : 26/06/2024

Dirigé par :

Dr. SADI Nour el Houda

Jury :

Président : MEHIDI KAHINA

Examineur : ASSOUL DALILA

Rapporteur : SADI NOUR EL HOUDA

Année universitaire : 2023/2024

Dédicace

Je tiens à dédier ce modeste travail à toutes les personnes qui me

Sont chères :

*A mes chers parents pour leur soutien, leur patience leur
Encouragements durant mon parcours scolaire que dieu les protège.*

A ma sœur Amel.

A mes frères Saïd, Rayane, Islam et Yahia.

A mes cousines Djamila et Amiral ainsi qu'à ma copine Rachida

Et a tous mes proches.

Bouhamdani Rachida.

Dédicace

Je tiens à dédier ce modeste travail à toutes les personnes qui me

Sont chères :

*A mes chers parents pour leur soutien, leur patience leur
Encouragements durant mon parcours scolaire que dieu les protège.*

A mes sœurs Melissa, Lilia

A mon frère Jugurtha

A mes cousines Kamelia, Katia, Melissa et Lydia

A mes amies Kenza, Sara, wissam et lynda

A tous ceux que j'aime et tous ceux qui m'aiment

Berkouk Hassiba.

Remerciement

Nous remercions le bon dieu pour le courage, la patience qui nous ont été utiles tout au long de notre parcours.

Nous tenons à adresser nos remerciements sincères aux personnes qui nous ont apporté leur aide et ont contribué à l'élaboration de ce mémoire.

Tout d'abord, nous souhaitons remercier chaleureusement Madame SADI Nour El Houda, notre promotrice, pour son écoute attentive et sa disponibilité tout au long de la réalisation de ce mémoire.

Nous remercions également notre responsable de spécialité Dr Benziane Dalila pour ces conseils

Nos remerciements s'adressent également aux membres de jury qui ont accepté de lire et d'évaluer ce travail de recherche.

Nous remercions également tout le personnel de la banque BNA de Bejaïa agence (356) en particulier Madame Bouhamdani Djamilia épouse Henniche, qui nous a soutenu et conseillé tout au long de la durée de stage.

Nos vifs remerciements s'adressent à l'ensemble des enseignants de la faculté des sciences économiques, sciences commerciales et science de gestion de l'Université ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA, ainsi qu'à toute la promotion économie monétaire et bancaire 2023/2024.

Enfin, nous remercions toute personnes ayant contribué de près ou de loin à la réalisation et la finalisation de ce travail.

Liste des abréviations

2A : Algérienne des assurances

ABC: Arab Banking Corporation

ACM: Assurance-Crédit Mutuel

ADE : Assurance Décès Emprunteur

ADN : Acide Désoxyribonucléique

ADP : Assurance De Personne

AGB: Gulf Bank Algérie

AGF: Assurances Générales de France

AGLIC: Algerian Gulf Life Insurance Company

ARN : Acide Ribonucléique

AVA : Assurance Voyage et Assistance

AXA : Axa Assurances Algérie

BADR : Banque de L'agriculture et de Développement Rural

BDL : Banque de Développement Local

BEA : Banque Extérieur d'Algérie

BNA : Banque Nationales d'Algérie

BNP : Banque Nationale de Paris

CAAR : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance

CAAT : Compagnie Algérienne des Assurances de Transport

CAGEX : Compagnie d'Assurance et de Garantie des Exportations

CASH : Compagnie d'Assurance des Hydrocarbures

CAT-NAT : Catastrophes Naturelles

CCR : Compagnie Centrale de Réassurance

CGER: Caisse Générale d'épargne et de retraite

CIAR : Compagnie Internationale d'Assurance et de Réassurance

CNA : Conseil National des Assurances

CNEP : Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance

CNMA : Caisse Nationale de Mutualité Agricole

CPA : Crédit Populaire d'Algérie

DZD : Dinar Algérien

GAM : Générale Assurance Méditerranéenne

GAV : Garantie des Accident de la Vie

GIG: Gulf Insurance Group

IAD: Invalidité Absolue Définitive

IARD: Incendie, Accident et Risques Divers

IPP : Incapacité Permanente Partielle

IPT : Incapacité Permanente Total

JORA : Journal Officiel de la République Algérienne

MAATEC: Mutuelle Assurance Algérienne des Travailleurs de l'Education et de la Culture

SAA : Société Algérienne d'Assurance

SAPS : société d'assurance, de prévoyance et de santé

SG : Société Générale

SGCI : Compagnie d'Assurance de Crédit Immobilier

Liste des tableaux

Tableau N°1: Evolution du chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie par compagnie d'assurance 2008-2019.	28
Tableau N°2: Part de marché de la bancassurance en Algérie de 2008 à 2019.	31
Tableau N°3 : Part de marché de la bancassurance en Algérie par branche 2008-2019.	33
Tableau N°4 : Répartition du chiffre d'affaires du secteur de l'assurance en Algérie par segment de marché pour la période 2008-2019.	34
Tableau N° 5 : Répartitions des données selon le sexe des participants.	46
Tableau N° 6 : Répartitions des données selon situation socio professionnel.	49
Tableau N° 7 : Répartitions des données selon le canal de connaissance.	50
Tableau N°8 : Répartition des données selon la souscription aux produits d'assurance proposés par la banque BNA.	51
Tableau N°9 : Répartitions des données selon le type de produits d'assurance proposées par la banque BNA.	52
Tableau N°10 : Répartitions des données selon l'ancienneté de l'assurance.	54
Tableau N°11 : Répartitions des données selon la raison du choix de canal.	54
Tableau N°12 : Répartitions des données selon les difficultés rencontrées lors de la souscription a des produits d'assurance.	56
Tableau N°13: Répartitions des données selon des propositions d'enrichissement de la bancassurance.	57
Tableau N° 14 : Répartitions des données selon le degré de difficultés sur la garantie proposée.	58
Tableau N°15 : Répartitions des données selon les éléments de satisfactions dans l'expérience de bancassurance en Algérie.	59
Tableau N°16 : Répartitions des données sur les avantages de la bancassurance.	59
Tableau N°17: Répartitions des données selon les suggestions pour améliorer la bancassurance selon les participants.	61
Tableau N°18: Répartitions des données selon le chiffre d'affaires des produits bancassurance de la BNA.	62

Liste des figures

Figure N°1 : Évolution du chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie selon la nature du capital de l'entreprise d'assurance	29
Figure N°2 : Évolution du chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie en fonction de l'appartenance aux banques	30
Figure N°3: Part de marché de la bancassurance en Algérie.	32
Figure N°4 : Part de marché de la bancassurance en Algérie en pourcentage.	32
Figure N°5: Chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie par branche 2008-2019.	33
Figure N°6 : Diagramme en secteur selon l'âge.	47
Figure N°7 : Diagramme en bâton selon le niveau d'étude des participants.	48
Figure N°8 : Diagramme en bâton selon la connaissance de la bancassurance.	49
FigureN°9 : Diagramme en bâton selon l'intérêt porter sur la connaissance de produit.	51
Figure N° 10 : Diagramme en bâton selon l'avis des participants sur les tarifs des produits d'assurance proposés par la BNA.	53
Figure N°11 : Diagramme en secteur selon la satisfaction des participants	55
Figure N° 12 : Diagramme en secteur salon l'approche réelle de la bancassurance par apport aux attentes.	57
Figure N°13 : Répartitions des données selon les inconvénients de la bancassurance.	60
Figure N° 14 : Evolution de chiffre d'affaires de la bancassurance BNA 356	63

Sommaire

Dédicace

Remerciement

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Introduction générale	1
Chapitre 1: Genèse et fondements de la bancassurance	4
Section 1 : Définition et historique de la bancassurance	5
Section 2 : Le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie	10
Section 3 : les enjeux de la bancassurance.....	12
Chapitre II : Application de la bancassurance en Algérie	20
Section 1 : Les produits d'assurance distribuée par la banque en Algérie.....	21
Section 2 : Conventions et l'évolution de la bancassurance en Algérie.....	24
Section 3 : les obstacles entravant la bancassurance en Algérie	35
Chapitre III : Pratique de la Bancassurance au niveau de la BNA, Agence 356, Bejaia	38
Section 1 : Présentation de la Banque Nationale d'Algérie et son partenaire... l'Algérienne vie et leurs produit	39
Section 2 : Présentation de la méthodologie de travail	46
Section 3 : Analyse descriptive des données	47
Conclusion générale	66
Bibliographie	68
Annexes	72
Table des matières	88

Résumé

Introduction générale

Introduction générale

De nos jours, le secteur des finances connaît des évolutions et des changements réglementaires profonds impactent considérablement la compétitivité mondiale et la rentabilité des secteurs d'activité. Dans ce contexte on observe un rapprochement croissant entre les métiers de la finance, favorisant la constitution de conglomérats financiers. Cette tendance reflète dans le monde entier en proposant une approche intégrée pour répondre aux besoins des clients de manière plus complète et plus simple. Cela signifie que les clients peuvent obtenir simultanément des services bancaires et produits d'assurance auprès d'une seule institution. Cela contribue à fournir des solutions financières. Cette approche peut donc avoir un impact positif sur le monde entier en améliorant l'efficacité et l'accès aux services financiers. En Algérie ; cette tendance se reflète notamment dans le domaine de la bancassurance qui mérite une attention particulière, car il combine les services bancaires et les produits d'assurance au sein d'une même entité pour offrir une approche intégrée.

Cette approche intégrée a le potentiel d'améliorer l'efficacité et d'élargir l'accès aux services financiers à l'échelle mondiale. En Algérie, cette tendance se manifeste particulièrement dans le domaine de la bancassurance, fusionnant les services bancaires et les produits d'assurance au sein d'une même structure, méritant une attention spécifique.

Les banques jouent un rôle essentiel dans l'économie mondiale en facilitant la circulation des capitaux, en fournissant des services financiers de base et en soutenant le développement économique. Les banques ont un impact considérable sur la vie quotidienne des particuliers en proposant des moyens de paiement sécurisés, des prêts pour l'achat de biens immobiliers et la création d'entreprises, ainsi que des produits d'épargne et d'investissement pour sécuriser l'avenir financier, les banques sont des actrices indispensables de l'économie mondiale et de la stabilité financière, influençant directement la vie quotidienne des citoyens du monde entier.

L'assurance est perçue comme un levier efficace pour atteindre la stabilité financière et gérer les risques. Depuis les années 1980, les banques ont innové pour répondre aux besoins changeants des clients, donnant naissance au concept de bancassurance. Cette approche a enrichi le paysage des services financiers en introduisant diversité et innovation, initialement par la vente de produits d'assurance en complément des services bancaires, puis par leur intégration complète dans la stratégie commerciale des banques.

La bancassurance, ou « assurance bancaire » est un mode de distribution des produits d'assurance via des guichets bancaires, établi par un partenariat entre une banque et une compagnie d'assurance. Ce concept a émergé en Europe dans les années 1980. Initialement, il consistait à vendre des assurances complémentaires aux services bancaires traditionnels. Au fil

du temps, il s'est développé pour inclure la vente d'autres produits d'assurance, devenant ainsi une composante intégrée de la stratégie marketing des banques

En Algérie le concept de la bancassurance a été lancé par la Caisse Nationale D'Épargne et de Prévoyance et la Cardif EL djazair en 2008 attirant un nombre croissant de souscripteurs au fil des années. Ce modèle implique la proposition, la commercialisation et la vente des produits d'assurance vie via les réseaux bancaires, suite à la promulgation de la loi n°06-04 du 20 février 2006 modifiant et complétant l'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances.

Cette collaboration permet aux banques d'offrir une gamme étendue de services financiers à leurs clients. Les métiers de la banque et de l'assurance sont étroitement liés, avec une priorité accordée aux commerciaux pour répondre aux besoins des clients et atteindre des objectifs financiers. Bien que les performances financières soient solides, les relations entre les banques et les assureurs peuvent être complexes, avec parfois des défis en termes de valorisation boursière. La bancassurance élargit l'accès à l'assurance pour un public plus large, renforçant ainsi la protection financière des individus.

Pour nous enquérir de l'état de la bancassurance en Algérie nous avons entamé un travail de recherche qui s'articule autour de question principale suivante :

Comment évaluer l'état de progression de la bancassurance en Algérie, et quels sont les obstacles qui freinent son développement ?

De cette question principale découlent d'autres questions secondaires à savoir :

- Quel est l'état de pratique de la bancassurance en Algérie ?
- Quels sont les facteurs qui affectent l'adoption de la bancassurance par les clients en Algérie?
- Quels sont les obstacles que rencontre le développement de la Bancassurance ?
- Quelles recommandations peut-on donner pour améliorer et développer la Bancassurance en Algérie ?

Pour cela nous avons formulés hypothèses suivantes :

- **Hypothèse 1** : Les banques et les compagnies d'assurances en Algérie sont confrontées à des difficultés lorsqu'elles commercialisent les produits de la bancassurance.
- **Hypothèse 2** : la diversification des produits de la bancassurance en Algérie contribue à son développement.

Afin de répondre aux différentes questions posées précédemment, et de vérifier la validité de nos hypothèses ; Nous avons entamé notre recherche par une revue de la littérature existante sur la bancassurance, en mettant l'accent sur les études théoriques ainsi que sur les recherches empiriques menées dans des contextes similaires à celui de l'Algérie. Ensuite nous avons

Introduction générale

collecté des données sur la bancassurance opérant en Algérie, incluant des informations sur leurs produits de bancassurance, leurs performances financières, et leurs stratégies de distribution. Aussi nous avons effectué une enquête de terrain auprès d'un échantillon de clients que nous avons choisi aléatoirement au sein de la Banque Nationale D'Algérie (BNA).

Notre recherche sera structurée en trois chapitres distincts. Le premier chapitre portera sur la théorie fondamentale, tandis que le deuxième chapitre combinera une approche théorique avec une composante pratique. Enfin, le troisième chapitre sera consacré à une étude empirique conduite à travers une enquête par questionnaire.

- Le premier chapitre, intitulé « Genèse et fondements de la Bancassurance », Sera divisé en trois sections. Dans la première section, nous présenterons la bancassurance en expliquant ses différentes définitions et son histoire. Dans la deuxième section, nous examinerons les lois et le règlement qui la régissent. Dans la troisième section, nous parlerons sur les enjeux de la bancassurance.
- Le deuxième chapitre titré « Approche pratique de la bancassurance assurance en Algérie » comportera également trois sections dans la première section nous allons présenter les différents produits distribués par les bancassureurs, la deuxième section aborde les conventions et l'évolution chiffrée de la bancassurance en Algérie, la troisième section traite les différentes entraves aux quelles les bancassurances en Algérie peuvent être confrontées.
- Le troisième chapitre « La pratique de la bancassurance au sein de la BNA banque Bejaia » contient une présentation de la BNA banque et son partenaire « l'Algérienne vie » qui propose une gamme variée des produits d'assurance, nous exécuterons une enquête sur le terrain, pour ce faire nous allons réaliser une enquête par questionnaire, et analyser et interpréter les résultats, aussi nous allons collecter des données auprès de notre organisme d'accueil se rapportant aux réalisations en matière de commercialisation de produit bancassurance .

Chapitre I

Genèse et fondements de la bancassurance

CHAPITRE I : Genèse et fondements de la bancassurance**INTRODUCTION**

La bancassurance est un concept relativement récent qui rapproche les secteurs bancaire et de l'assurance. Apparue en Europe dans les années 1970, cette approche innovante permet aux banques de distribuer des produits d'assurance, offrant ainsi une nouvelle manière de commercialiser ces services. Depuis, la bancassurance s'est développée comme un mode de distribution unique et efficace des produits d'assurance via les établissements bancaires.

En Algérie, la loi n°06-04 du 20 Février 2006 a permis aux guichets bancaires de commercialiser les produits d'assurance, ouvrant ainsi de nouvelles perspectives pour le secteur financier.

Depuis 2008, de nombreux accords de coopération ont été conclus entre les banques et les compagnies d'assurance en Algérie.

Ce chapitre sera divisé en trois sections :

- La première section sera dédiée à la présentation de la bancassurance ainsi qu'à son historique.
- La deuxième section expliquera le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie.
- Pour finir, la troisième section résumera les enjeux de la bancassurance en Algérie.

Section 1 : Définition et historique de la bancassurance

L'avènement de la bancassurance, fusionnant les prestations bancaires et les activités assurantielles, représente une convergence significative au sein du panorama financier. Ce schéma intégré présente aux usagers une pluralité de produits financiers, associant la commodité des services bancaires à la sécurité et aux avantages inhérents aux produits d'assurance.

1.1 Le concept de la bancassurance.

La bancassurance est un mot composé de « banc » venant de la banque et « assurance » venant de l'assurance. Ce faisant, nous proposons quelques définitions

1.1.1 Définition de la banque.

Selon Sylvie de Coussergues : la définition de la banque est « l'intermédiaire entre offreurs et demandeurs de capitaux et ceci en intercalant son bilan entre ces deux derniers, c'est l'intermédiation bancaire (Coussergues, 2002, p. 2).

On peut aussi définir la banque selon l'article 66 la loi 10-90 mise à jour en vertu de l'ordonnance N 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit comme suit :

« Les opérations de banque comprennent la réception de fonds du public, les opérations de crédit ainsi que la mise à disposition de la clientèle des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci. (Ordonnance N 03-11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit) .

De ce qui précède nous pouvons définir la banque par ses missions que sont : l'intermédiation financière, et la gestion des moyens de paiement, l'intermédiation financière se résume en la collecte des fonds auprès des agents à excédent de ressources sous forme de dépôt, et leur distribution sous forme de crédit aux agents à besoins de financement , ainsi que la mise en place de la clientèle des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci, les moyens de paiements se résume dans : les virements, les chèques, les carte de retrait et de paiement, les terminaux de paiements électronique et les applications mobile.....

1.1.2 Définition de l'assurance

Selon Mr Joseph Homard : la définition de l'assurance est « une opération par laquelle une partie, assuré, se fait promettre moyennant une rémunération (prime), pour lui ou pour un tiers, en cas de réalisation d'un risque, une prestation par une autre partie, l'assureur qui prenant en charge un ensemble de risques les compense conformément aux lois de la statistique ». (Couilbault.F, Eliasberg.C et Latrassé.M, 2003, p 49).

D'après la définition reprise supra, nous pouvons définir l'assurance comme étant un contrat établie en contrepartie d'un versement appelé prime, l'assureur garantit des prestations précises à un individu, une association, ou une entreprise en cas de réalisation d'un risque clairement identifié dans le contrat.

1.1.3 Définition de la bancassurance

La bancassurance est un phénomène où les services bancaires et les services d'assurance sont combinés. Les deux acteurs principaux de la bancassurance sont donc la banque et la compagnie d'assurance.

De ce qui précède nous pouvons définir la bancassurance comme étant la conjugaison des services bancaires et d'assurance, cette alliance est animée à la fois par les banques et les compagnies d'assurances.

- Pour Bernard De Gryse : « La bancassurance est à proprement parlé l'activité d'assurance prestée par une compagnie d'assurances, filiale d'une banque, au profit d'assurés qui sont clients de la banque. Le modèle repose sur une intégration aussi parfaite que possible de la banque et de sa filiale » (Gryse.B, 2005, p. 44).

Cette définition fait ressortir un nouveau concept, celui de la vente des produits d'assurance par une compagnie d'assurance dont le capital est détenu partiellement par une banque, en faveur des clients de la banque.

- Selon Alain Leach : la définition de la bancassurance désigne « l'implication et la participation des banques, des caisses d'épargne et des Organismes de crédit immobilier dans la fabrication, le marketing et la distribution des produits d'assurance » (Leach.A, 2001, p. 2).

De ce qui précède, nous pouvons définir la bancassurance comme étant l'union de plusieurs établissements financiers, et l'union de leurs efforts pour la conception et la commercialisation des produits d'assurance.

- Pour Vered Keren : la bancassurance est « un ensemble de sociétés liées entre elles par des liens capitalistiques, offrant au public une panoplie de services financiers et notamment des activités bancaires et des opérations d'assurances » (Keren.V, 1997, p. 8).

D'après les définitions reprise la bancassurance peut être définie comme étant la commercialisation des produits d'assurance par le canal bancaire.

1.2 Historique de la bancassurance

L'émergence de la bancassurance, concept intimement lié à l'évolution du paysage financier mondial, témoigne d'une convergence stratégique entre les secteurs bancaire et assurantiel. Pour retracer son parcours historique, il est nécessaire de remonter aux origines de cette symbiose, marquées par des transformations significatives dans les pratiques commerciales et réglementaires. Les premiers pays à se lancer dans l'aventure ont été la France et l'Espagne.

➤ La bancassurance dans le monde

Dans les années 70, les assurances du Crédit Mutuel ont obtenu leur agrément, marquant ainsi l'histoire de l'assurance. L'idée était de se passer d'intermédiaires pour l'assurance des crédits emprunteurs, devenant ainsi les assureurs de leurs propres clients bancaires, anticipant ainsi ce qui sera appelé la Bancassurance 15 ans plus tard. En 1971, le Crédit Lyonnais en France a acquis le groupe Médical de France et a signé en 1993 une convention réservant à l'Union des Assurances Fédérales l'exclusivité de la distribution de l'assurance vie via son réseau.

En France : Dans les années 1970, les banques françaises ont été confrontées à un marché bancaire saturé et très concurrentiel. Durant cette période, les ACM (Assurance de Crédit Mutuel) Vie et IARD (Incendie, Accident et Risques Divers) en France ont reçu leur agrément, marquant une étape importante dans l'histoire de l'assurance. Elles ont alors décidé d'éliminer les intermédiaires pour l'assurance des crédits emprunteurs et de devenir elles-mêmes les assureurs de leurs propres clients bancaires. (Chevalier.M, Launy.C et Manguy.B ,2005).

En Espagne : Dans les années 80, les Espagnols ont commencé leur aventure dans le secteur de l'assurance lorsque le groupe BANCO DE BILBAO a acquis une part majoritaire d'Euroseguros SA. Cependant, initialement, le contrôle était principalement financier en raison de la législation espagnole interdisant aux banques de vendre de l'assurance vie. Cette barrière

réglementaire a disparu en 1991, permettant aux cinq principaux bancassureurs espagnols de détenir un tiers du marché. (Chevalier.M, Launy.C et Manguy.B ,2005).

En Belgique : Pour bien situer l'origine de la bancassurance en Belgique, il faut remonter environ cent ans en arrière, à l'époque où la Caisse Générale d'Epargne et de Retraite (CGER), bénéficiant d'un statut d'établissement paraétatique, exerçait simultanément les activités de banquier et d'assureur. C'est à ce moment que le concept de bancassurance a véritablement commencé à se manifester.

Des avant l'entrée en force de la bancassurance, la plupart des banques et des caisses d'épargne, certaines depuis 1945, opéraient dans le marché des assurant c'est comme agents ou comme sous-agents de courtiers, Sans aucune systématisation, de façon ponctuelle, parfois pour compte d'une compagnie, parfois pour compte d'une autre.

Dans les années 1975-80, les institutions financières ont été libérées des contraintes strictes qui les limitaient, leur permettant d'explorer de nouveaux domaines. Grâce à une loi appelée "mammouth", les banques de dépôt ont pu investir dans des compagnies d'assurance et offrir des services à plus long terme, qui étaient auparavant réservés à d'autres types d'institutions financières telles que les caisses d'épargne. (Gryse.B, 2005).

En Italie Dans les années 90, l'Italie a connu une croissance notable après l'adoption de la loi (Amato, 1990) qui a autorisé les banques à acquérir des participations dans les compagnies d'assurance. Durant cette période, un cadre réglementaire flexible et des avantages fiscaux ont favorisé l'expansion des produits d'assurance intégrés à la bancassurance. Bien que les avantages fiscaux accordés à l'assurance-vie aient progressivement diminué dans la seconde moitié des années 90 et au cours des années 2000, cet essor a persisté.

La bancassurance en Italie a été largement influencée par l'engagement de plusieurs banques majeures. Tels que. Alleanza, le groupe Generali, INA, Banco Dinapoli, BancaDiroma et Credito Italinao qui ont été parmi les principaux acteurs à l'origine d'initiatives significatives dans ce domaine. (Cannata.R, 1998).

Aux États-Unis : Aux Etats-Unis, les lois antitrust ont longtemps empêché les banques de se rapprocher des institutions financières (Fidel.E, 1996, pp. 28-29). Avant les années 1990, la bancassurance était interdite. Malgré la levée de ces restrictions, les ventes de produits d'assurance par les banques sont restées peu significatives. Ce manque de succès est en partie dû à la séparation historique des intermédiaires financiers des secteurs bancaire et de l'assurance. Jusqu'à présent, les banques se sont principalement concentrées sur la distribution de produits d'assurance vie, avec une expérience limitée dans l'assurance-crédit, tandis que leur présence sur le marché de l'assurance non vie reste limitée. (Benbouabdellah.A, 2016).

➤ **Au sein du monde arabe**

Dans le monde arabe, la distribution d'assurance reste traditionnellement entre les mains des agents ou des courtiers indépendants. Le faible développement de ce secteur dans les pays musulmans est attribué à des facteurs culturels et religieux, tels que les solidarités familiales fortes et les restrictions de la charia concernant l'assurance et l'usure. De plus, la réglementation a également joué un rôle en freinant le développement de ce marché. (Chevalier.M, Launy.C et Manguy.B ,2005).

Au Maroc : A partir des années 1990, le secteur financier a vu un rapprochement entre les établissements de crédit et les compagnies d'assurances. Durant cette période, la plupart des assureurs ont mis en place un département de bancassurance, chargé de prospecter les réseaux bancaires, de lancer les produits, d'assurer le suivi commercial, de gérer les produits, ainsi que de s'occuper des sinistres de la clientèle bancaire. La promulgation du code des assurances en 2002 a renforcé le cadre juridique du secteur des assurances. Ce nouveau code a clarifié les ambiguïtés légales concernant le rôle des banques dans le domaine de l'assurance (Yahyaoui.T, 2005).

En Tunisie : Le concept de bancassurance a été introduit pour dynamiser le marché et diversifier le réseau de distribution, profitant ainsi de la meilleure image de marque des banques. La bancassurance a été créée en 2002 suite à des modifications apportées au code des assurances. Cela s'est concrétisé par l'ajout de l'article 69 au code des assurances, modifié par la loi N°2002-37 du 1er avril 2002 et la loi N°2003-80 du 29 décembre 2003. Ce partenariat entre les banques et les compagnies d'assurance favorise une coopération mutuelle, garantissant ainsi la sécurisation des transactions financières et offrant une couverture aux crédits bancaires. De plus, cette collaboration stimule les activités commerciales des assureurs. Il est intéressant de noter que cela a principalement bénéficié au secteur de l'assurance-vie. (Tlili.H, 2010).

En Algérie La bancassurance a évolué significativement au fil du temps. Les premiers signes d'activité d'assurance remontent à 1845 avec l'arrivée de la société française Union Incendie. En 1989, le marché algérien s'ouvre au secteur privé, mettant fin au monopole de l'État sur les opérations d'assurance. Cette ouverture a permis la création de sociétés d'assurance privées, marquant un tournant dans le secteur la bancassurance, fusion entre banques et assurances, est devenue un moyen efficace de distribution des produits d'assurance via les réseaux bancaires, favorisant l'accès à de nouveaux marchés et une diversification des offres financières, Cette évolution a été soutenue par des réformes législatives adaptant le cadre réglementaire pour promouvoir ce modèle de distribution. (Hamoul.T, 2016).

La loi 06/04/2006 de 22 mai 2006 a introduit dans le marché des assurances un cadre réglementaire permettant aux institutions bancaires de nouer des contrats avec les compagnies d'assurances, instaurant ainsi la pratique de la bancassurance. Ce modèle d'intermédiation offre aux assureurs la possibilité de distribuer leurs produits par le biais des réseaux bancaires. Cette

approche, d'abord axée sur les assurances individuelles et agricoles, a conduit la Société Algérienne d'Assurance (SAA) à établir des partenariats stratégiques avec des banques publiques telles que la BDL et la Badr, ainsi qu'avec le groupe Macif, dans le but de diversifier ses activités dans différents segments de l'assurance. De même, le groupe bancaire BNP Paribas, par le biais de sa filiale Cardif, a conclu un partenariat avec la Cnep Banque pour créer une entité dédiée à la bancassurance. En outre, la BEA a signé des accords de coopération avec deux assureurs majeurs, la Compagnie Algérienne

d'Assurance des Transports (Caat) et la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance (CAAR). Cette collaboration renforcée entre les banques et les compagnies d'assurances vise à élargir l'offre de services bancaires en y intégrant une gamme diversifiée de produits d'assurance adaptés aux besoins des clients. Cette alliance capitalise sur le réseau d'agences bancaires et sur la formation spécialisée du personnel pour répondre efficacement à la demande croissante de produits d'assurance. En outre, les récentes évolutions législatives autorisent les banques et les établissements financiers à détenir des participations limitées de 15 % dans le capital des compagnies d'assurances, ouvrant ainsi de nouvelles perspectives de collaboration entre les acteurs du secteur financier. L'écosystème assurantiel en Algérie comprend actuellement quinze compagnies, englobant diverses entités publiques, privées et mixtes, ainsi que des mutuelles et des sociétés spécialisées. Parmi celles-ci figurent trois sociétés d'État (CAAT, CAAR et SAA), une entreprise publique de réassurance (CCR), six compagnies privées (2A, CIAR, Al-Rayan, GAM, Alliance Assurance et Trust Algérie Insurance), une société mixte entre Sonatrach et CAAR (Cash), deux mutuelles (CNMA et MAATEC), ainsi que deux sociétés spécialisées (CAGEX et SGCI). Par ailleurs, plusieurs compagnies françaises, telles qu'AXA, Groupama et AGF, ont exprimé leur intention de pénétrer le marché algérien. (Décrit exécutif n°07-153 du 22mai 2007 fixant les modalités et conditions de distribution des produits d'assurance par les banques).

Dans le cadre des réformes du secteur des assurances, l'Algérie se tourne vers la bancassurance, cherchant à optimiser l'utilisation des réseaux d'agences bancaires tout en dynamisant l'activité économique et en renforçant la stabilité financière des entreprises.

Dans l'ensemble, la bancassurance en Algérie reste une activité relativement récente, qui est appelée à se développer davantage à l'avenir.

Section 2 : Le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie

La bancassurance a été intégrée dans la loi n° 06-04 du 20/02/2006, modifiant et complétant la loi n° 95-07 du 25/01/1995 relative aux assurances, par l'article 53. (Journal Officiel de la République Algérienne N° 15, 2006).

Les deux partenaires; à savoir les banques et les compagnies d'assurance partagent l'objectif commun de vendre les produits d'assurance via les guichets bancaires. Or, chaque établissement est soumis à un régime réglementaire propre à lui, et qui lui accorde une exclusivité de principe.

Dans cette deuxième section, l'étude sera consacrée au cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie, avant et après la loi n°06-04 du 20/02/2006.

2.1 Avant la loi n°06/04 du 20/02/2006

Sur le plan réglementaire et législatif les deux métiers des banquiers et des assureurs sont basés sur le principe de séparation stricte et délaissant ainsi toute vision fonctionnelle, qui aurait permis une éventuelle interaction entre les deux métiers.

En effet, chaque activité est régie par une loi spécifique à elle. L'activité bancaire par la loi 90-10 puis par l'ordonnance 03-11 du 26/08/2003 relative à la monnaie et au crédit et l'activité d'assurance par l'ordonnance n°95-07 du 25/01/1995. (JORA N° 15, 2006).

La loi bancaire 90 -10 relative aux monnaies et au crédit dans son article 76 interdit à toute personne physique ou morale, autre qu'une Banque ou un Établissement financier, d'effectuer les opérations autres que ceux-ci exercent d'une manière habituelle, renforçant ainsi le système de cloisonnement des activités.

L'ordonnance n° 95-07 des assurances en Algérie a enrichi le paysage financier en offrant aux agents généraux et courtiers la possibilité de distribuer des produits d'assurance, complétant ainsi la loi bancaire 90/10.

L'ordonnance n° 95-07 en Algérie a étendu le champ des intermédiaires en introduisant la possibilité pour les agents généraux et les courtiers d'assurance de distribuer des produits, complétant ainsi la loi bancaire 90/10. Cette mesure a favorisé la concurrence et la diversification des canaux de distribution, renforçant ainsi la transparence et la qualité des services dans le secteur financier algérien. (JORA N°15, 2006).

On constate que l'ordonnance n° 95-07 des assurances est venue pour compéter la loi bancaire 90/10 en donnant l'alternative des agents généraux et courtiers afin d'effectuer ces opérations.

2.2 Après la loi 06/04 du 20/02/2006

Dans le but de stabiliser l'épargne nationale, la bancassurance a été approuvée par la loi n°06-04 du 20 février 2006, qui a autorisé la distribution des produits d'assurance via le canal bancaire, établissements financiers et assimilés.

Trois textes d'application sont venus ensuite organiser cette activité. Il s'agit du 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 fixant les produits d'assurances pouvant être distribués (assurance vie, assurance-crédit , assurance du simple risque habitation ,assurance multirisque habitation et assurance agricole) et l'arrêté du 20 Février 2008 fixant le taux maximum de

participation d'une banque ou d'établissement financier dans le capital social d'une société d'assurance ou de réassurance (15%).

Ces nouveaux dispositifs devraient permettre, entre autres, de densifier le réseau de distribution des assurances, d'améliorer le taux de couverture du marché des assurances et de capter la clientèle des banques. (JORA N°15, 2006).

Avant l'adoption de la loi 06/04/2006 régissant la distribution des produits d'assurance par les banques et établissements financiers, le paysage assurantiel en Algérie était caractérisé par des modalités de distribution restreintes et une offre limitée. Cette loi a marqué un tournant majeur en élargissant les canaux de distribution grâce à l'intégration des réseaux bancaires, contribuant ainsi à une diversification significative de l'offre d'assurance. Après son entrée en vigueur, la loi a favorisé l'essor d'une bancassurance plus dynamique, stimulant la concurrence et améliorant l'accessibilité des produits d'assurance aux consommateurs.

La loi 06-04 du 06/04/2006 relative aux assurances a permis pour la première fois la commercialisation des produits d'assurances via le canal bancaire, ce qui a donné naissance à la bancassurance, et a permis de dessiner un nouveau paysage dans le secteur financier.

Le renforcement du cadre réglementaire régissant la bancassurance en Algérie par l'avènement au fil du temps de nouvelles lois a permis certes une meilleure organisation de ce secteur, cependant, cela a engendré des difficultés en faisant de la bancassurance un créneau fortement réglementé réduisant ainsi la marge de manœuvre à la fois des banques et des compagnies d'assurance .

SECTION 3 : les enjeux de la bancassurance

La bancassurance, fusion des secteurs bancaire et assurantiel, présente des défis majeurs transcendant les frontières traditionnelles. Cette convergence vise à exploiter les synergies pour offrir des produits intégrés répondant aux besoins complexes des consommateurs. Cependant, elle soulève des questions réglementaires, de concurrence, de gestion des risques et de protection des consommateurs. Les autorités doivent adapter le cadre juridique pour encadrer cette convergence tout en favorisant l'innovation et la concurrence équitable. Les acteurs du marché doivent également relever des défis stratégiques et opérationnels pour tirer parti des avantages concurrentiels tout en minimisant les risques.

Dans cette section, nous explorerons les apports et les limites de la bancassurance pour les banques, les compagnies d'assurance, ainsi que sur le plan macro-économique.

3.1 Les avantages de la bancassurance

La bancassurance possède plusieurs avantages, que ce soit pour la banque ou pour la compagnie d'assurance, et même au niveau macro et micro-économique.

3.1.1. Les avantages pour la banque

La bancassurance procure divers avantages aux banques dont on peut citer :

- **La fidélisation de la clientèle**

L'activité d'assurance permet à la banque d'élargir la gamme de produits proposés aux clients, ce qui augmente les chances de générer des bénéfices supplémentaires et de renforcer la relation avec les clients. En outre, l'augmentation du nombre de contrats souscrits peut conduire à une plus grande fidélité des clients au réseau de distribution de la banque, car le client se sent rassuré et confiant que ses besoins financiers et d'assurance seront satisfaits par la banque elle-même. “ La recherche de la fidélisation de la clientèle n'est pas fortuite. En effet, il est moins coûteux pour la banque de fidéliser ces clients que d'en chercher à acquérir d'autres, qui lui reviendrait plus cher. Plusieurs études menées, ont démontré que les coûts en dépenses marketing sont plus faibles pour la fidélisation que pour ceux d'acquisition de nouveaux clients (Jean-pierre.D, 1995).

- **La rentabilité des ressources**

La rentabilité des ressources peut être regroupée en plusieurs points, à savoir : (Belhocine.Ou, 2009).

- ✓ L'économie des coûts et l'amortissement des charges fixes élargissement de la gamme des produits par la vente des produits d'assurance en utilisant le même effectif de personnel permettra d'amortir les charges fixes et pourra améliorer sensiblement la productivité et la rentabilité globale de la banque.
- ✓ Les commissions : la compagnie d'assurance rémunère la banque pour la distribution de ses produits par des commissions qui peuvent être un pourcentage des primes touchées ou une part du résultat technique réalisé. La banque recevra aussi des dividendes dans le cas où la compagnie d'assurance est l'une de ses filiales. Ces capitaux contribuent significativement à l'amélioration du résultat de la banque.
- ✓ Les effets de taille et de gamme : la bancassurance permet de créer des groupes ou des conglomérats financiers de taille importante avec un pouvoir de négociation élevé sur le marché. Ces groupements permettent de faire face à la concurrence et de réaliser des économies d'échelle (la baisse des coûts moyens avec le volume d'activité) et des économies de gamme (fournir plusieurs prestations à la fois).
- ✓ La rentabilité des ressources humaines : la distribution des produits d'assurance, permet à la banque de mieux occuper son personnel et de limiter les licenciements du surplus des ressources humaines -même si la bancassurance n'est pas très consommatrice de mains d'œuvres et elle offre une nouvelle possibilité d'évolution de carrière et un moyen de sortir de la routine quotidienne.

- **La diversification de l'activité bancaire**

La concurrence croissante dans le secteur des services financiers et la baisse des marges ont incité les banques à explorer de nouvelles activités pour diversifier leurs sources de revenus et améliorer leur rentabilité. La distribution de produits d'assurance est considérée comme l'un des moyens permettant aux banques d'élargir le champ de leurs activités et de fournir divers services financiers à leurs clients, ce qui renforce leur position sur le marché et maintient leur compétitivité (Chevalier.M, 2005) .

- **Le renforcement des fonds propres**

La plupart des stratégies de bancassurance passent, si ce n'est pas par une création d'une filiale ou une acquisition d'une compagnie d'assurance existante, par des prises de participations croisées entre une banque et une société d'assurance. Ces investissements en capital produisent des effets de levier très importants qui confèrent aux deux entités une phase grande capacité d'élargir leurs activités. (Bahmed.K, 2012).

3.1.2. Les avantages pour les compagnies d'assurances

La bancassurance procure de multiples avantages aux compagnies d'assurance tels que : (Merrad.S, Tallouanou.N, 2021)

- **L'accès à une large clientèle**

La bancassurance permet à la compagnie d'assurance d'avoir un accès direct à une clientèle plus large grâce aux guichets bancaires. Cela augmente les chances de souscrire de nouveaux contrats d'assurance. De plus, les produits d'assurance proposés bénéficient de l'image de marque de la banque, ce qui facilite leur vente. Les banquiers, qui connaissent bien leurs clients, sont en mesure de leur proposer les produits d'assurance les mieux adaptés. Cela améliore la rentabilité de la compagnie d'assurance.

- **Une meilleure appréciation des risques**

Les bases de données clients des banques revêtent une grande importance pour les compagnies d'assurance car elles permettent de mieux connaître les clients et d'évaluer plus précisément les risques assurés. Grâce à cette connaissance approfondie, les compagnies d'assurance peuvent prévenir certains risques et détecter les comportements frauduleux. C'est un aspect essentiel de la bancassurance.

- **Le renforcement des fonds propres**

L'investissement en capital de la banque dans la compagnie d'assurance permet à cette dernière de bénéficier d'un effet de levier important pour développer ses activités. De plus, la banque peut apporter un soutien financier à la compagnie d'assurance pendant les périodes de

forte croissance, notamment en souscrivant à des titres subordonnés à durée indéterminée. Cela fonctionne un peu comme des obligations.

- **L'amélioration de la rentabilité**

La rentabilité de la compagnie d'assurance s'améliore grâce à l'augmentation de son volume d'activité et à la baisse des coûts de distribution, car le réseau de vente est en général le même pour les produits bancaires et les produits d'assurance, les produits sont alors proposés à un meilleur coût. La bonne sélection des risques, citée en haut, contribue aussi à l'amélioration de la rentabilité.

- **La diversification des modes de distribution**

L'assureur a l'opportunité de varier ses modes de distribution, afin d'éviter une dépendance trop grande à un réseau unique.

3.1.3. Les avantages macro et micro-économiques

La bancassurance a généré des avantages économiques à plusieurs niveaux, tant macroéconomiques que microéconomiques.

- **Au niveau macroéconomique**, elle favorise la stabilité financière en diversifiant les sources de revenus des banques et en renforçant le système financier. Par exemple, en France, la bancassurance représente une part importante du marché financier, contribuant ainsi à sa robustesse.
- **Au niveau microéconomique**, elle offre aux consommateurs une gamme plus large de produits financiers, tels que les assurances vie et les produits de crédit, ce qui peut stimuler la concurrence et conduire à des prix plus compétitifs. (Belkadi.S, 2011).

En outre, la bancassurance peut améliorer l'efficacité opérationnelle des institutions financières en réduisant les coûts de distribution et en optimisant les processus internes. Des études économiques et des données spécifiques à chaque pays peuvent fournir des preuves plus détaillées de ces avantages :

- ✓ **Accès à de nouveaux marchés** : La bancassurance permet aux assureurs d'accéder à de nouveaux clients grâce à la large clientèle des banques.
- ✓ **Développement du secteur de l'assurance** : La bancassurance contribue au développement du secteur de l'assurance en Algérie, qui reste encore sous-développé.
- ✓ **LA Prévention des risques économiques** : La souscription de contrats d'assurance par les clients permet de se prémunir contre les risques liés à leurs activités économiques.

En résumé, la bancassurance présente des avantages économiques tant pour les banques que pour le développement global du secteur de l'assurance en Algérie.

Des exemples de pays où la bancassurance est plus développée :

- ✓ En Espagne et en France, la bancassurance représente plus de deux tiers du **chiffre d'affaires** en assurance de personnes.
- ✓ En Belgique, en 1989, le premier assureur belge AG et la Générale de Banque ont créé la compagnie Alpha Life, illustrant le modèle de bancassurance.
- ✓ Aux Pays-Bas, en 1989, le groupe AMEV N.V (assurance) et VSB (banque) ont réuni leurs activités dans le cadre de la bancassurance.

En somme, la bancassurance présente des avantages économiques significatifs tant pour les banques que pour le développement global du secteur de l'assurance en Algérie, bien que son niveau de maturité soit encore limité comparé à d'autres pays.

3.2. Les limites de la bancassurance

Malgré les bénéfices substantiels qu'apporte la pratique de la bancassurance pour les parties prenantes, il est essentiel que les acteurs de ce secteur exercent une vigilance accrue afin de maximiser les avantages potentiels tout en atténuant les limites et les inconvénients associés à cette activité.

3.2.1. Les limites pour la banque

En dépit des bénéfices que la bancassurance peut apporter aux banques, il existe des limites et des contraintes à considérer telles que :

- **La cannibalisation des produits bancaires**

Certains produits d'assurance, comme les contrats d'assurance vie, peuvent attirer les fonds qui étaient initialement déposés dans les comptes bancaires. « De nombreux dirigeants considèrent que si 70% des sommes investies en assurance vie dans la filiale proviennent d'avoir antérieurs détenus par la banque mère, 30% proviennent d'autres sources ». (Jean-pierre.D, 1995, p. 133).

Cela peut entraîner une diminution des capitaux gérés par la banque, car l'épargne ne sera plus comptabilisée de la même manière. Cependant, cette stratégie permet aux clients de diversifier leurs placements et de bénéficier d'avantages spécifiques aux produits d'assurance vie à long terme.

- **Le risque sur l'image de la banque**

Les banques entretiennent souvent une relation de proximité avec leur clientèle, ce qui contribue à renforcer leur image de marque. Cependant, en tant qu'intermédiaire dans la vente des produits financiers tels que les assurances, elles peuvent être tenues responsables par les clients en cas de litige. C'est pourquoi les banques doivent être attentives à la qualité des produits qu'elles proposent et à la gestion des réclamations pour éviter de perdre la confiance de leurs clients.

- **Des méthodes de travail différentes**

Les méthodes de travail dans les secteurs bancaire et de l'assurance diffèrent en termes de gamme de produits et de complexité. Il peut être difficile pour un commercial de maîtriser à la fois la variété des produits bancaires et la complexité des contrats d'assurance. Les institutions doivent donc décider s'il est préférable de spécialiser les commerciaux dans un seul secteur ou de leur confier la vente de produits simples dans les deux domaines. Cette décision dépendra notamment de la stratégie commerciale et des besoins spécifiques de chaque institution.

- **La formation du personnel**

La vente des produits d'assurance nécessite un niveau de connaissance spécifique. Les banques doivent donc investir dans la formation de leur personnel pour qu'ils acquièrent les compétences requises. Cela peut entraîner des coûts supplémentaires à court terme, mais cela est nécessaire pour assurer la conformité réglementaire et maintenir la qualité du service. Les autorités de contrôle exigent généralement que le personnel obtienne une certification attestant de ses connaissances en assurance, ce qui implique de suivre des stages de formation et de passer des contrôles de connaissances. Ce processus contribue à garantir un niveau élevé de professionnalisme et de compétence au sein de l'institution. (Lamhoune.S et Saidoune.Ou. 2012).

3.2.2. Les limites pour les compagnies d'assurances

Tous comme les banques, les compagnies d'assurances sont confrontées à divers difficultés telles que : (Berbache.L et Bakiri.F,2016)

- **Le transfert du centre de décision**

Dans le cadre de la bancassurance, les assureurs qui coopèrent avec les réseaux de distribution bancaire doivent souvent se conformer aux exigences des banques partenaires. Cela peut conduire à une domination significative du distributeur sur le fabricant. Les assureurs sont souvent tenus de concevoir des produits selon les normes et exigences fixées par les banques distributrices. Cette relation peut parfois être déséquilibrée, mais elle est souvent nécessaire pour assurer une coopération efficace entre les deux parties et répondre aux besoins des clients.

- **Le traitement des sinistres et de la sélection des risques**

Les différences culturelles entre les banques et les sociétés d'assurance peuvent entraîner des difficultés dans la gestion des risques, notamment dans le domaine de l'assurance dommages (I A R D)

- ✓ D'une part, la pression pour maintenir la clientèle peut conduire les banques à accepter des risques plus élevés en matière d'assurance automobile, même si cela peut représenter un

risque accru pour l'assureur. Les banquiers peuvent être incités à offrir des tarifs attractifs à des clients à haut risque pour conserver leur relation commerciale.

- ✓ D'autre part, lorsqu'un sinistre survient, les banquiers peuvent être enclins à défendre leurs clients pour éviter tout conflit potentiel. Cependant, si les litiges persistent, les banquiers peuvent se désengager et rejeter la responsabilité sur l'assureur, ce qui peut entraîner des tensions dans la relation entre les deux parties.

- **Le secret bancaire :**

Dans le cadre de la bancassurance, la communication des informations sur la clientèle des banques à la compagnie d'assurance doit respecter les exigences du secret bancaire. La banque doit obtenir le consentement de ses clients avant de partager des informations les concernant avec des tiers. De plus, les fichiers informatiques contenant des informations nominatives ne peuvent être cédés sans l'accord de l'organisme de contrôle compétent. Le non-respect de ces règles peut entraîner des sanctions pénales. Cependant, certaines législations, comme en France, permettent aux banques de partager des informations générales sur la situation financière de leurs clients. Jusqu'à présent, aucune banque n'a été accusée de violation du secret professionnel lié aux opérations de bancassurance.

3.2.3. Les limites macro-économiques

D'un point de vue macro-économique, bien que la bancassurance offre des avantages en matière de stabilité financière, il est essentiel de prendre en compte certaines contraintes nous distinguons : (Berbache.L et Bakiri.F, 2016)

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

L'incidence sur le niveau de solvabilité engendrée par les pratiques de bancassurance est un sujet d'importance, méritant une analyse approfondie. La consolidation des fonds propres des entités partenaires, résultant de cette collaboration, constitue un pilier essentiel de leur crédibilité vis-à-vis des créanciers. Cependant, la coparticipation des deux entités peut engendrer une situation de double emploi des ressources financières, susceptible de restreindre la véritable ampleur de leurs capacités financières respectives. Cette réalité peut, par voie de conséquence, impacter négativement leur solvabilité effective, soulignant ainsi la nécessité d'une évaluation méticuleuse des implications financières associées à de telles stratégies de partenariat.

- **L'Aléa moral**

L'existence d'un aléa moral dans la relation entre la banque et la compagnie d'assurance suscite une préoccupation majeure, en raison des possibles déviations éthiques et déontologiques. Chacun des partenaires est enclin à privilégier ses intérêts individuels, souvent au détriment de l'autre. Par exemple, la banque peut être tentée de prendre des engagements

excessifs et d'accroître sa prise de risques, en anticipant le soutien de sa filiale. De même, la compagnie d'assurance peut être incitée à étendre ses activités sans se conformer aux normes et aux ratios de solvabilité, en s'appuyant sur le soutien de sa maison mère. Cette dynamique expose clairement les deux entités à des risques significatifs, pouvant déclencher une crise prolongée et difficile à résorber.

- **Restreindre la concurrence**

La restriction de la concurrence constitue un objectif majeur pour les autorités publiques, qui œuvrent à prévenir l'émergence de monopoles susceptibles de perturber le jeu concurrentiel. Les synergies actuelles et les mouvements de consolidation observés dans le domaine des services financiers pourraient, à terme, conduire à une quasi-hégémonie, avec quelques conglomérats géants dominants le marché .

Conclusion

En conclusion, l'étude des origines et des fondements de la bancassurance met en lumière une approche stratégique novatrice dans le domaine des services financiers, caractérisée par une convergence entre les secteurs bancaire et assurantiel. Cette évolution a été motivée par divers avantages, notamment la diversification des produits et des canaux de distribution, la création de synergies opérationnelles et la consolidation des fonds propres des entités partenaires. Cependant, cette stratégie n'est pas exempte de limites, telles que le risque d'aléa moral, la restriction potentielle de la concurrence et les défis réglementaires. Ainsi, bien que la bancassurance offre des opportunités significatives, son déploiement efficace nécessite une gestion prudente des risques et une adaptation continue aux évolutions du marché et de l'environnement réglementaire.

Chapitre II

Application de la bancassurance en Algérie

Chapitre II : Application de la bancassurance En Algérie**Introduction**

La bancassurance en Algérie combine habilement les services bancaires et les produits d'assurance, offrant ainsi aux clients une gamme complète de solutions financières. Cette approche intégrée simplifie les transactions financières pour les clients tout en permettant aux banques de diversifier leurs sources de revenus et de renforcer la fidélité client.

Dans ce chapitre nous allons présenter en premier lieu les différents produits d'assurance distribués par la banque en Algérie, ensuite en parlerons sur les conventions et l'évolution chiffrée de la bancassurance en Algérie, pour finir nous allons inclure les obstacles qui entravent le développement de la bancassurance en Algérie.

Section 1 : Les produits d'assurance distribués par la banque en Algérie

Ces produits ne se différencient pas de ceux proposés par les compagnies d'assurance, car ils adoptent la même forme de contrat

1.1 Les produits d'assurance de personne

L'assurance de personnes est, selon les dispositions de l'article 60 de l'ordonnance 95-07 modifiée et complétée, une convention de prévoyance contractée entre l'assuré et l'assureur. Elle est principalement composée de deux catégories, « assurance vie » et « assurance non vie », et peut revêtir la forme individuelle ou collective. (Mammeri.M, Arsouli.M et Zouaoui.F, 18/12/2018)

Elle est également connue sous le nom « ADP » est une forme d'assurance qui protège les individus contre les risques liés à leur vie physique, elle couvre des aspects tels que les accidents corporels, l'invalidité, la maladie et le décès. Ces assurances garantissent des prestations en cas de décès, de maladie, ou pour des situations prévues par le contrat, offrant une protection financière face aux aléas de la vie. Les assurances de personnes comprennent des produits comme l'assurance accident, assurance maladie (santé) assurance assistance assurance vie décès, assurance capitalisation

En Algérie, huit compagnies sont habilitées à proposer divers types d'assurances de personnes, contribuant à renforcer ce secteur dans le pays

- **Assurance maladie (santé)**

« L'assurance complémentaire santé est une assurance qui rembourse en complément de la Sécurité Sociale une partie ou même la totalité des frais médicaux et pharmaceutiques payés par l'assuré ». (Lambert.C, 1996, p. 221).

Les contrats santé proposés par les assureurs sont destinés à compléter les prestations offertes par les régimes obligatoires d'assurance maladie, tels que la sécurité sociale. Ces contrats ont pour objectif de couvrir les frais liés à la maladie, aux accidents et à la maternité.

Les garanties de remboursement des frais de soins et de biens médicaux varient d'un contrat à l'autre, allant de la prise en charge du ticket modérateur uniquement jusqu'au remboursement total ou partiel des frais restant à la charge de l'assuré.

- **Assurance assistance**

L'assistance fournit à l'assuré une aide concrète en cas de besoin (comme un dépannage à domicile ou l'envoi d'un médecin spécialiste à l'étranger), ce qui permet d'éviter la survenance de sinistres pour l'assureur. Généralement, l'assistance est annexée aux contrats d'assurance classiques. Toutefois, certains contrats d'assurance assistance sont vendus séparément, comme (Article 62 de l'ordonnance n°96-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances modifié et complété par la loi 06 /04 du 26 fevrier2006).

- Assistance à domicile en cas d'hospitalisation en envoyant une aide familiale pour prendre en charge les enfants et les ramener à l'école.
- Soutien scolaire.
- Aide à domicile aux personnes âgées.
- Assistance téléphonique, plate-forme de conseils santé, service d'information. - aide-ménagère, garde-malade. - Garde d'enfants.
- Garde d'animaux.
- Rapatriement.

- **Assurance vie décès**

Il y a deux types de contrats d'assurance vie (Collignon.D et Collignon.C) l'assurance vie prévoit le paiement d'un capital ou d'une rente si l'assuré est en vie à une date fixée au contrat. Il s'agit donc d'une opération d'épargne mais qui ne se dénoue que l'assuré-épargnant est en vie à l'époque où il doit percevoir son épargne. Et l'assurance en cas de décès prévoit le plus souvent le versement au bénéficiaire désigné d'un capital si l'assuré vient de décéder ; parfois une rente peut aussi être servie au bénéficiaire, par exemple à la veuve en attente de pension de réversion ou l'orphelin qui poursuit ses études.

- **Assurance capitalisation**

« La capitalisation est une opération d'épargne par laquelle l'assureur s'oblige à verser à l'assuré ou au bénéficiaire désigné une somme déterminée, sous forme de capital ou de rente, au terme prévu au contrat en contrepartie du versement d'une prime d'assurance selon les échéances convenues au contrat » (Article n° 60 de l'ordonnance 95-07 relative aux assurances).

La capitalisation est une stratégie financière qui consiste à épargner de l'argent pour répondre à un besoin futur. Dans le domaine de l'assurance, la capitalisation se fait en versant des primes à l'assureur, qui les investit pour les faire fructifier. Les revenus financiers obtenus

sont ensuite réinvestis de manière à ce que la somme initiale augmente avec le temps. En assurance de personnes, la capitalisation est souvent utilisée pour les assurances sur la vie, qui couvrent les risques liés à la durée de vie humaine. Ces assurances peuvent être divisées en deux catégories : l'assurance en cas de vie, qui prévoit un versement en cas de survie à une certaine période, et l'assurance en cas de décès, qui prévoit un versement en cas de décès de l'assuré.

- **Assurance accident ou Garantie Accident de la Vie « GAV »**

« L'Assurance des Accidents de la Vie est un contrat qui offre une protection financière en cas d'accidents courants tels que les accidents domestiques, de bricolage, de jardinage, ainsi que les accidents de sport ou de loisirs. Lorsqu'une personne se blesse seule, sans qu'il y ait un tiers responsable, elle ne peut pas être indemnisée pour les préjudices subis, à moins d'avoir souscrit ce type d'assurance. En effet, bien que la Sécurité sociale et une complémentaire santé éventuelle couvrent les frais médicaux, les autres préjudices restent à la charge de la victime. Les contrats d'Assurance Accidents de la Vie permettent donc d'indemniser les victimes d'accidents corporels, même si elles en sont responsables. Il est important de noter que la souscription à ces contrats est généralement possible entre 18 et 65 ans elle est créée par les assureurs en 2000. Ce label permet d'identifier les contrats qui respectent un socle minimal de garanties dès lors que l'accident garanti entraîne le décès de l'assuré ou une incapacité permanente au moins égale à 30 % » (La finance pour tous, 25/11/20).

1.2 Les produits d'assurance de dommage

Dès les années 1990 malgré les risques pour les relations commerciales avec les clients et la rentabilité incertaine, les bancassureurs ont commencé à envahir le marché de l'assurance de dommages. En effet, un retard ou un mauvais règlement d'un sinistre peut nuire gravement à la relation banque/client. Cependant, il est logique d'assurer les biens immobiliers et mobiliers auprès du banquier qui les a financés. Aujourd'hui, les contrats d'assurance Habitation et Automobile sont proposés directement dans les agences bancaires

- **Les produits Packagés**

Ce sont des produits qui regroupent divers services bancaires et d'assurance en une seule offre. Les produits de packages sont nombreux, tels que le package logement, le package pour étudiants et le package automobile. Chacun de ces packages offre une combinaison de services adaptés aux besoins spécifiques des clients.

- Package logement : alliant un crédit pour des travaux et assurance habitation ;
- Package pour étudiants : alliant un crédit étudiant, une assurance habitation, la mise à disposition des moyens de paiements et une complémentaire santé ;
- Le package automobile : alliant un crédit pour l'achat d'une voiture et une assurance Automobile

- **Assurance des risques agricoles**

L'assurance des risques agricoles vise à protéger les agriculteurs contre les aléas liés à leur activité, tels que les dommages causés par des événements naturels comme la grêle, l'incendie, les inondations, ou d'autres risques spécifiques à l'agriculture. Cette assurance couvre divers aspects, notamment la protection des récoltes sur pied, des bâtiments agricoles, du cheptel vivant, et du matériel agricole roulant. Malgré l'importance de cette assurance pour garantir la sécurité alimentaire et le développement du secteur agricole en Algérie, le marché de l'assurance agricole dans le pays reste peu développé, avec seulement environ 10% des agriculteurs souscrivant des contrats d'assurance. (GAM.DZ).

Section 02 : Conventions et évolution de la bancassurance en Algérie

1. Les conventions de la bancassurance en Algérie

Les compagnies d'assurance approuvées peuvent offrir des produits d'assurance via des accords de distribution avec des banques ou des institutions financières. Ces accords doivent être approuvés par la Commission de Supervision des Assurances, conformément à la réglementation en vigueur, notamment l'article 228 de l'ordonnance N°95-07, amendé par la loi 06-04 et d'autres textes pertinents. Les relations entre les compagnies d'assurance et les banques ou les établissements financiers sont définies par une convention de distribution standard établie par l'association des assureurs, comme stipulé à l'article 3 du décret exécutif 07-153. Toute modification ou résiliation de cette convention doit être notifiée à la Commission de Supervision des Assurances, conformément à l'article 209 de l'ordonnance N°95-07 et au décret d'application N°07-153 (articles 7, 8 et 9). Les produits d'assurance sont distribués par les banques et les institutions financières, agissant en tant que mandataires des compagnies d'assurance, comme précisé dans l'article 4 du décret exécutif 07-153. La convention doit inclure les éléments suivants, comme indiqué à l'article 5 du décret exécutif 07-153 : la liste des agences ou des points de vente habilités à distribuer les contrats d'assurance, la commission de distribution et les modalités de rémunération, les informations à fournir à la compagnie d'assurance, les pouvoirs de souscription, les modalités de mise en œuvre du stage, la juridiction compétente en cas de litiges, les pouvoirs en matière d'encaissement de primes et de règlement des sinistres.

Depuis la promulgation de la loi sur la bancassurance en Algérie en 2006, plusieurs conventions ont été conclues pour réguler le secteur de la bancassurance. Ces conventions visent à renforcer la coopération entre les banques et les compagnies d'assurance, à accroître la diversification des produits d'assurance et à fournir des services financiers intégrés aux clients. Et de contribuer au développement du secteur financier en Algérie, Parmi ces conventions nous citons :

- Le partenariat entre la CNEP-banque et Cardif- el Djazair
- Le partenariat entre BNA et AGLIC

- Partenariat entre la SAA et la BDL
- Le partenariat entre la SAA et la BADR
- Le partenariat entre la BNA et la CAAT
- Le partenariat entre la BEA et la CAAT
- Le partenariat entre la SG Algérie et AXA
- Le partenariat entre CPA et CAAR - CARAMA

1.1 Le partenariat entre la CNEP-banque et Cardif- el Djazair

Après l'assemblée générale de la banque le 10 septembre 2006, la CNEP-banque a été sollicitée pour participer à la mise en œuvre de la nouvelle loi sur les assurances, qui autorise les banques et les établissements financiers à distribuer des produits d'assurance.

Suite à cela, la Caisse Nationale d'Épargne et de Prévoyance (CNEP-banque) et la compagnie d'assurance CARDIF EL DJAZAIR, une filiale du groupe bancaire BNP Paribas, ont signé le 25 mars 2008 un accord de partenariat visant la bancassurance. Ce partenariat, le premier du genre en Algérie, débutera initialement par la distribution des produits de CARDIF EL DJAZAIR par la CNEP-banque, mais devrait rapidement évoluer vers la création d'une filiale commune spécialisée dans la bancassurance. "La CNEP-Banque bénéficiera du savoir-faire de CARDIF, leader mondial de l'assurance des emprunteurs. Cardif EL Djazair bénéficiera de l'accès au réseau de distribution de la CNEP-banque, et s'appuiera sur la performance et le dynamisme de ce réseau pour distribuer ses produits d'assurance. (Hammiche.N, 26/03./2008).

1.2 Le partenariat entre la BNA-banque et AGLIC

Est une convention de bancassurance signé en Février 2015 .Cette convention permet à la BNA de proposer des produits d'assurance à ses clients, en particulier des produits de financement relevant de la finance islamique, via les réseaux de distribution de la BNA

1.3 Le partenariat entre la SAA et la BDL

La Banque de Développement Local (BDL) et la Compagnie d'Assurance Nationale (SAA) ont signé un accord de partenariat de bancassurance le 19/04/2008. Cet accord permet à la BDL de distribuer les produits d'assurance de la SAA à travers son réseau. Le partenariat couvre différents domaines tels que l'assurance des personnes (prévoyance, retraite complémentaire, décès...), les risques particuliers tels que (multirisques habitation, assurance catastrophe naturelle.). L'assurance agricole. Cependant, les produits d'assurance automobile ne font pas partie de cet accord.

« La banque de développement local s'engage à vendre les produits d'assurance de SAA, proposés par l'accord, dans son réseau de 250 agences. En effet, une partie de la prime, sur le produit, sera rétrocédée au profit de la BDL » (Meziane.R, 2008).

1.4 Le partenariat entre la SAA et BADR.

La SAA a signé le 20 avril avec la BADR un accord permettant la vente de produits d'assurance liés aux risques agricoles tels que l'incendie, la grêle, les jeunes cultures, et les risques liés aux récoltes. Il comprend également des produits d'assurance des personnes et des produits d'assurance liés au logement, par le biais de contrats d'assurance vendus dans les guichets de la BADR répartis sur tout le territoire national, en échange de montants calculés sous forme de commissions. (Geunane.B, 2021).

1.5 Le partenariat entre la BNA et la CAAT

La Banque Nationale d'Algérie a inauguré un guichet-pilote au centre d'Alger pour distribuer des produits d'assurances. En octobre 2010, ils envisagent de mettre en place 24 guichets dans tout leur réseau. Cela fait suite à une convention signée en 2008 entre la BNA et la Compagnie d'Assurance de Transport CAAT. En fait, la BNA a signé trois conventions similaires avec différentes compagnies d'assurances publiques, dont la CAAT, la CAAR et la SAA. « Les clients peuvent, comme cela se passe sous d'autres cieux, trouver tous les produits en matière d'assurance qu'ils désirent souscrire sous le toit d'un même établissement. La bancassurance qui est prévue par la loi de 2006 sur les assurances est destinée à couvrir et à densifier le réseau des compagnies, sans avoir à investir dans de nouvelles structures » (Daghefli.K, 2010).

1.6 Le partenariat entre la BEA et la CAAT

La Banque extérieure d'Algérie (BEA) et la compagnie algérienne des assurances (CAAT) ont signé le mardi 15/06/2010 un communiqué commun de ces deux institutions. Cette initiative, qui fait partie du partenariat bancassurance entre la BEA et la CAAT, débutera à l'Agence BEA "Hassiba-Ben Bouali" à Alger, avant d'être étendue à toutes les agences BEA prévues par la convention de distribution CAAT-BEA. Les clients pourront acquérir, en un seul endroit, outre les produits bancaires, les produits d'assurance de personnes, tels que l'assurance temporaire au décès, l'assurance individuelle accidents, l'assurance groupe, l'assurance voyage et assistance, les produits de capitalisation ainsi que l'assurance multirisque habitation et enfin l'assurance des effets des catastrophes naturelles (CAT-NAT), conclut le communiqué.

Il y a lieu de souligner que cette opération s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre de la convention de partenariat conclue entre les deux institutions, en date du 20 mai 2008, à la faveur de la loi n° 06-04 du 20 février 2006 relative aux assurances des personnes et de capitalisation par le recours à des formules d'épargne attractive et l'amélioration de la qualité de service (R.D, 2008) .

1.7 Le partenariat entre La Société Générale Algérie et AXA

En 2012, AXA Assurance Algérie et la SG d'Algérie ont établi une convention de collaboration dans le but de promouvoir la bancassurance. Leur collaboration quotidienne est

axée sur la création de nouveaux produits, l'expansion de leur part de marché, ainsi que la satisfaction et la fidélisation de leur clientèle.

1.8 Le partenariat entre le CPA et la CAAR- CARAMA

Le 1er juillet 2009, le CPA et la CAAR ont lancé de nouveaux produits d'assurance dans le cadre de la convention de partenariat conclue entre les deux institutions le 20 mai 2008. Les premiers produits commercialisés incluent l'assurance multirisque habitation, l'assurance catastrophes naturelles, l'assurance temporaire au décès, et l'assurance crédits. Une seconde étape prévoit l'élargissement de cette gamme avec l'assurance voyage à l'étranger, l'assurance groupe, et l'assurance individuelle accident. Par ailleurs, le 3 avril 2017, CAARAMA, filiale de la CAAR, a signé une convention avec le CPA permettant aux détenteurs de cartes bancaires CIB de souscrire en ligne des contrats d'assurance, en commençant par l'assurance voyage. (Zerari.A et Ziane.S, 2023).

2. L'évolution chiffrée de la bancassurance en Algérie

La bancassurance en Algérie a connu une évolution remarquable ces dernières années. En combinant les services bancaires et d'assurance, ce modèle a permis aux institutions financières d'élargir leurs gammes de services et d'accroître leur rentabilité, pour mettre en exergue cette croissance, nous avons porté une attention particulière aux réalisations chiffrés de 2008 à 2019.

2.1 Analyse des performances du chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie

Après une série de réformes juridiques, la bancassurance a été effectivement lancée en Algérie en 2008, année fiscale marquée par des charges importantes pour les banquiers et les assureurs. Afin de garantir le succès de cette nouvelle fonction, le personnel a bénéficié de formations adaptées, et des ajustements logistiques ont été effectués au sein des compagnies d'assurance et des banques, notamment en ce qui concerne les formulaires administratifs et les logiciels informatiques. Le fruit de ce partenariat s'est traduit par un chiffre d'affaires annuel se présentant comme suit :

Tableau N°1: Evolution du chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie par compagnie d'assurance 2008-2019.

EN million de dinars

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SAA				124	151	285	320	489	467	275	390	545
CAAR				32	1	4	6	4	4	7	9	12
CAAT				0,03								
AXA non-vie							5	22	37	62	92	89
Axa VIE					1	5	13	27	95	162	285	311
SAPS					0,30	18	6	64	15	28	28	289
CAARAMA				22	62	166	246	169	310	1387	731	671
CARDIF	227	536	715	901	1072	1171	1331	1487	1710	2441	2496	2642
AGLIC										404	830	1094
TOTAL	227	536	715	1079 ,03	1287,3	1649	1927	2262	2638	4757	4834	5617

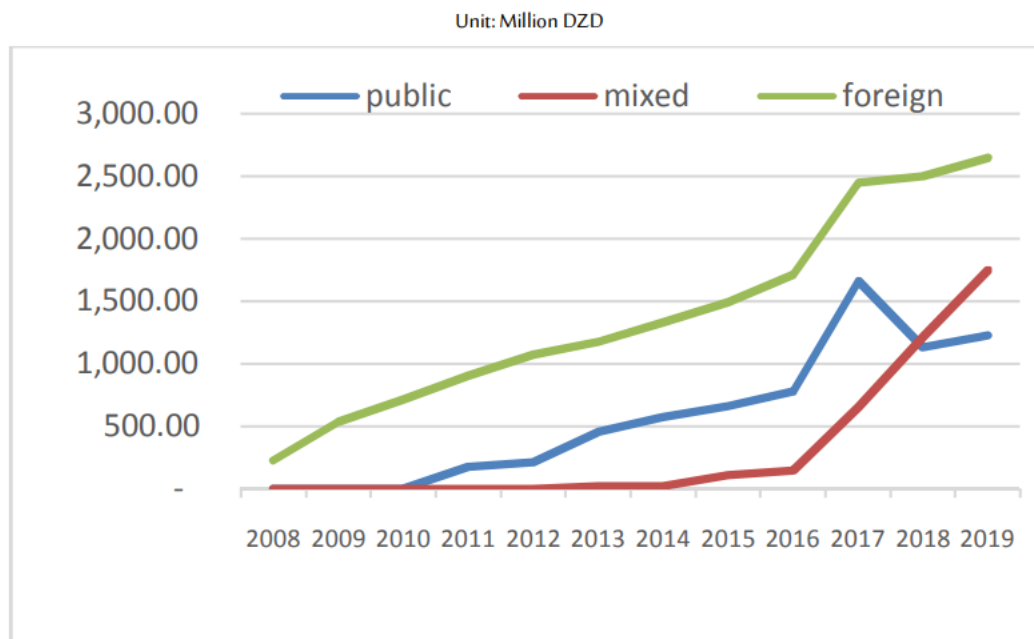
Source31/12/2021, « Les acquis de la bancassurance en Algérie : Vision analytique sur la période 2008-2019 », Revue EL-Manhel Economique, Vol: 04 - N°:03, p703. Il doit restre comme t'il est en anglais

Le tableau examiné révèle une performance globalement positive pour la compagnie CARDIF AL DJAZAIR entre 2008 et 2019, et une nette progression pour les autres compagnies bancassurance en Algérie entre 2011 et 2019, malgré les défis initiaux et l'absence de compagnies d'assurance-vie jusqu'au 2011. Ces constats nous incitent à analyser l'évolution du chiffre d'affaire de la bancassurance dans le pays depuis sa création en 2008.

2.2 Performances de la bancassurance en Algérie en fonction de la nature du capital de l'entreprise d'assurance

En se fondant sur les données du Tableau N°1, nous avons élaboré le graphique suivant illustrant l'évolution du chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie, distinguant la nature du capital de la compagnie d'assurance, sur la période allant de 2008 jusqu'au 2019. Pour une clarification supplémentaire, nous spécifions que la compagnie d'assurance étrangère est représentée par la CARDIF, les compagnies d'assurance publiques sont la SAA, la CAAR, la CAAT et la CAARAMA, tandis que les compagnies d'assurance mixtes incluent AXA non-vie, AXA vie, SAPS et AGLIC.

Figure 1 : Évolution du chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie selon la nature du capital de l'entreprise d'assurance



Source : Geummaz S, 31/12/2021, « The achievements of bancassurance in Algeria :Analytical vision on the period 2008-2019 », Revue EL-Manhel Economique, Vol: 04 - N°:03, p704

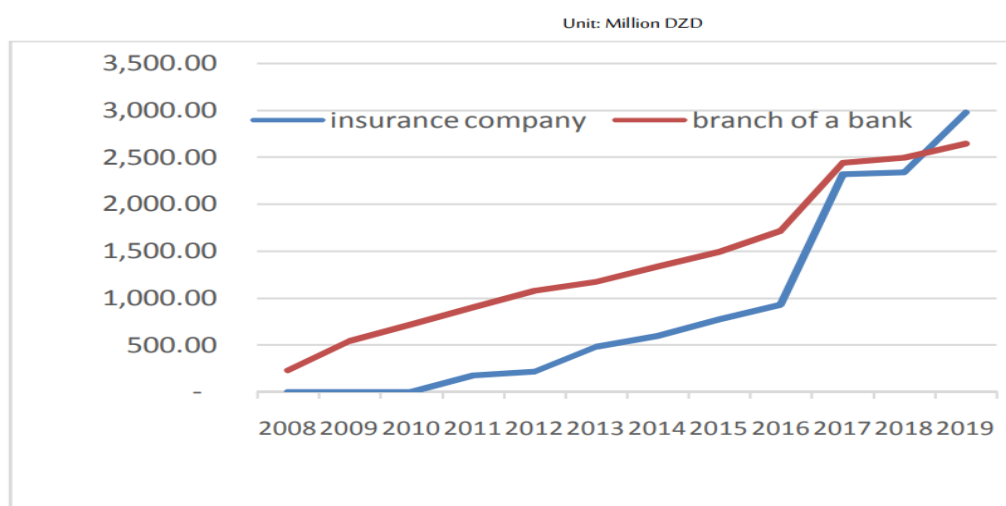
L'analyse de cette courbe révèle que la compagnie d'assurance étrangère CARDIF domine largement le marché de la bancassurance en Algérie, capturant une part significative, atteignant 47,04 % en 2019. Cette performance est attribuée à son partenariat étroit avec la banque CNEP. Les compagnies d'assurance publiques suivent, avec une croissance constante

De leur chiffre d'affaires, bien qu'elle soit moins importante que celle de CARDIF. En 2018, le chiffres d'affaires global a connu un recul, principalement dû à la baisse du chiffre d'affaires de CARAMA, passant de 1378 à 731 M DZD entre 2017 et 2018. Il convient de souligner que CARAMA est associée au CPA, à la BNA et à l'ABC. Enfin, les sociétés mixtes affichent le chiffre d'affaires le moins important, étant considéré comme faible sur le marché. Cette tendance a été modifiée en 2017 avec l'arrivée d'AGLIC sur le marché, un nouveau partenaire qui a changé la donne. La BNA a généré un chiffre d'affaires en bancassurance de 1049 M DZD, représentant ainsi une part de marché de 18,68 % en 2019. Ces données suggèrent que l'importance du chiffre d'affaires des compagnies d'assurance dans le segment de la bancassurance est étroitement liée à la qualité du portefeuille hypothécaire de la banque, avec laquelle elles ont établi un partenariat. Ceci est observé notamment avec CARDIF et AGLIC, soulignant par ailleurs que ces deux compagnies d'assurance font partie de la branche de l'assurance personne.

2.3 Performances de la bancassurance en Algérie en fonction de l'appartenance à une banque

En se basant sur les données du Tableau N°1, nous avons élaboré le graphique ci-dessous représentant l'évolution du chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie selon le critère d'appartenance à une banque, depuis l'année 2008. Il est important de souligner que la compagnie d'assurance étrangère CARDIF une filiale de la BNP PARIBAS. Les autres compagnies opérant en Algérie sont indépendantes sur le plan bancaire, bien qu'il puisse exister quelques participations au capital de certaines compagnies d'assurance par les banques. Toutefois, dans ces cas, il n'y a pas de filiation directe.

Figure 2 : Évolution du chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie en fonction de l'appartenance aux banques.



Source : Geummaz S, 31/12/2021, « The achievements of bancassurance in Algeria :Analytical vision on the period 2008-2019 », Revue EL-Manhel Economique, Vol: 04 - N°:03, p704

Cette courbe met en évidence la forte domination de la CARDIF sur une part de marché significative dans le secteur de la bancassurance en Algérie, comme précédemment souligné. Ce qui distingue particulièrement ce schéma, c'est que le chiffre d'affaires de cette société est pratiquement supérieur à celui de l'ensemble des autres compagnies d'assurance opérant sur le marché algérien, pour toutes les années considérées, à l'exception de 2019. Ainsi, on peut affirmer que l'appartenance à une banque a conféré à la CARDIF un avantage commercial indéniable. Ce modèle de bancassurance favorable en Algérie repose sur une intégration via la création d'une filiale. La conclusion de conventions de partenariat entre le banquier et l'assureur, comme c'est le cas pour les autres compagnies d'assurance en Algérie, présente des avantages pour les deux parties, mais des conflits d'intérêts peuvent survenir lors de la phase opérationnelle, pouvant potentiellement entraver l'évolution de cette dynamique (Expert bancaire, 2021).

2.4 Analyse de la part de marché de la bancassurance en Algérie

Après avoir examiné l'évolution du chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie dans la partie précédente, nous nous pencherons maintenant sur le chiffre d'affaires global du marché, en le comparant à celui de la bancassurance. En outre, il est pertinent d'inclure dans cette analyse le chiffre d'affaires généré par les agences directes ainsi que par les agences généraux, les agents et les courtiers d'assurance.

Tableau N°2: Part de marché de la bancassurance en Algérie de 2008 à 2019

En million DA

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Production Globale	67884	77339	81713	86675	99630	113995	125505	127900	129561	133684	137732	144451
Réseau direct	52190	56054	59016	61557	69955	80610	87644	88032	98261	89147	91063	94655
Agents et Courtiers	15467	20749	21982	24039	28388	31736	35934	37606	37662	39780	41835	44179
Bancassurance	227	536	715	1097	1287	1649	1927	2262	2638	4757	4834	5617

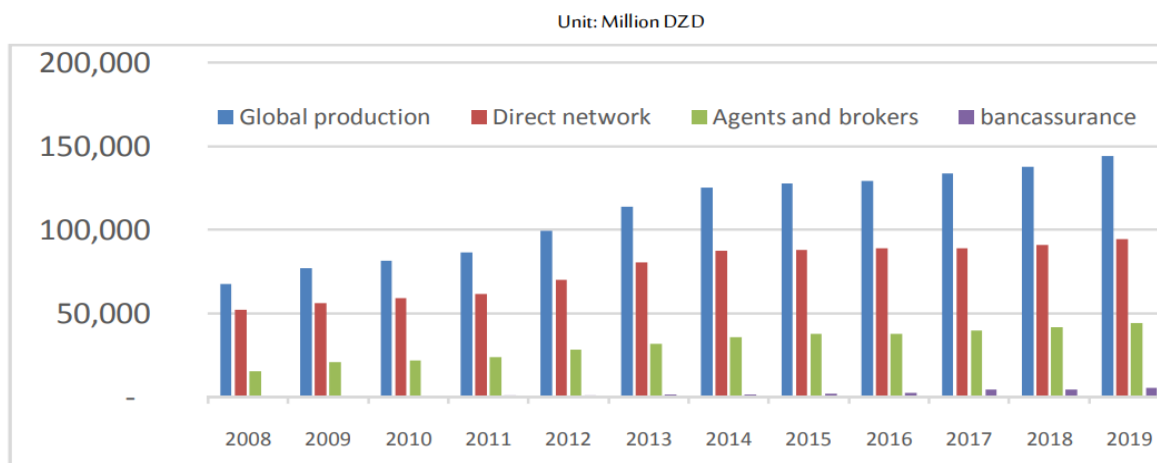
Source : Geummaz S, 31/12/2021, « The achievements of bancassurance in Algeria :Analytical vision on the period 2008-2019 », Revue EL-Manhel Economique, Vol: 04 - N°:03, p706.

La lecture de ce tableau offre une vision complète de l'évolution du chiffre d'affaires global du marché de l'assurance en Algérie. Il met également en lumière la répartition de ce chiffre d'affaires, qui est largement dirigée vers les agences directes, suivies des agents et courtiers d'assurances générales, et enfin, vers le réseau de bancassurance. Pour approfondir notre analyse, nous procéderons comme suit :

2.5 Évolution du chiffre d'affaires de la bancassurance par rapport au marché de l'assurance :

À partir des données fournies dans le Tableau N°2, nous élaborerons ci-dessous un graphique représentant la part de marché de la bancassurance par rapport aux circuits de distribution existants en Algérie.

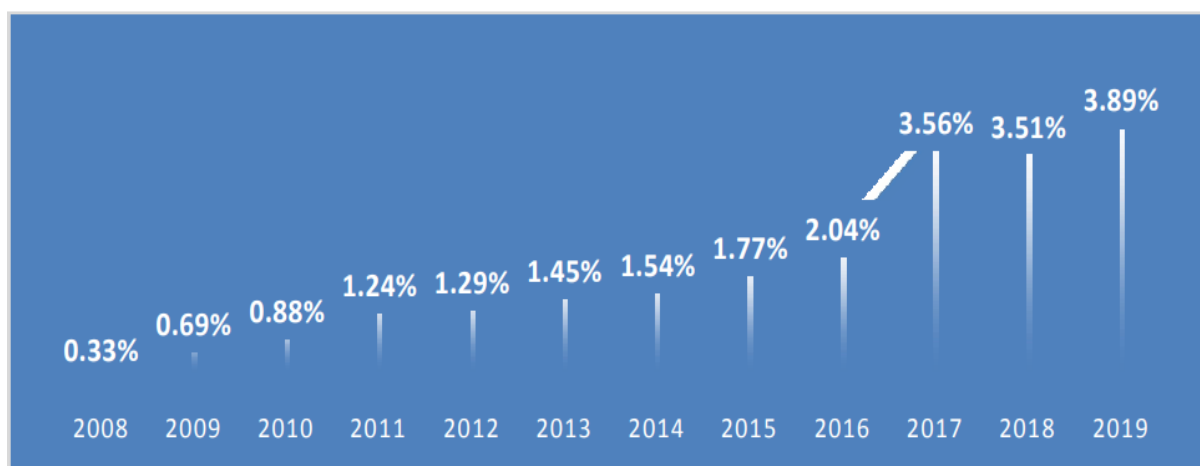
Figure 3: Part de marché de la bancassurance en Algérie



Source : Geummaz S, 31/12/2021, « The achievements of bancassurance in Algeria :Analytical vision on the period 2008-2019 », Revue EL-Manhel Economique, Vol: 04 - N°:03, p706.

Cet histogramme souligne la modeste implication de la bancassurance dans le chiffre d'affaires global du marché de l'assurance en Algérie, la part du lion revient au réseau d'agence assez dense, suivie des AGA et courtiers en deuxième position et enfin le réseau bancassurance en dernière position. Dans cette optique, il serait pertinent de se pencher sur le pourcentage de cette contribution afin d'appréhender précisément son évolution depuis 2008, soit depuis l'introduction de cette méthode.

Figure N°4 : Part de marché de la bancassurance en Algérie en pourcentage



Source : Geummaz S, 31/12/2021, « The achievements of bancassurance in Algeria :Analytical vision on the period 2008-2019 », Revue EL-Manhel Economique, Vol: 04 - N°:03, p707.

En observant les données présentées sur ce graphique, nous pouvons confirmer la persistance de la faiblesse de la bancassurance en termes de chiffre d'affaires par rapport au marché. Bien qu'une légère amélioration ait été enregistrée depuis 2017, cette évolution peut être attribuée au renforcement continu de la part de marché de CARDIF, l'introduction

d'ALGIC sur le marché, ainsi que le lancement des pouvoirs publics des crédits à la consommation et les crédits véhicule.

2.5.1 Répartition de la part de marché de la bancassurance en Algérie par branches

Suite à l'analyse de la part de marché de la bancassurance en Algérie, notre étude va désormais se concentrer sur la répartition de ce paramètre entre les deux branches d'assurance, à savoir l'assurance non-vie et l'assurance vie, en pourcentage.

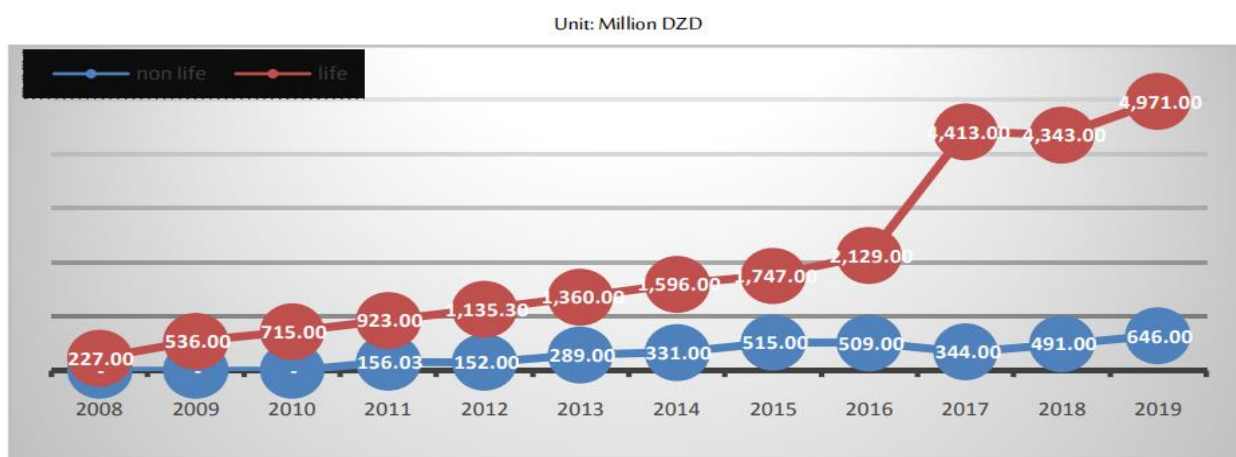
Tableau N°3 : Part de marché de la bancassurance en Algérie par branche 2008-2019

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Assurance vie	4%	9%	10%	13%	15%	16%	18%	17%	19%	33%	34%	35%
Assurance non-vie	0%	0%	0%	0,19%	0,16%	0,27%	0,28%	0,43%	0,43%	0,28%	0,39%	0,49%

Source : Geummaz S, 31/12/2021, « The achievements of bancassurance in Algeria :Analytical vision on the period 2008-2019 », Revue EL-Manhel Economique, Vol: 04 - N°:03, p707.

La lecture de ce tableau révèle que la branche de l'assurance non-vie a été le principal contributeur au chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie, tandis que la branche assurance vie a également joué un rôle significatif, dès 2017, affichant des taux de participation respectifs de 33%, 34%, et 35% pour les exercices 2017, 2018 et 2019. Pour une compréhension plus approfondie des données de ce tableau, nous exposerons par la suite la répartition du chiffre d'affaires du marché de l'assurance en Algérie par branche.

Figure N° 5: Chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie par branche 2008-2019



Source : Geummaz S, 31/12/2021, « The achievements of bancassurance in Algeria :Analytical vision on the period 2008-2019 », Revue EL-Manhel Economique, Vol: 04 - N°:03, p703.

L'analyse de cette courbe révèle une tendance à la hausse du chiffre d'affaires de la bancassurance en Algérie pour toutes les périodes étudiées. Il est notable que la branche de l'assurance-vie connaît un développement plus marqué que celle de l'assurance non-vie. Cette disparité s'explique par la raison initiale de la création de la bancassurance. En effet, celle-ci a été conçue principalement comme une méthode de vente dédiée aux produits d'assurance-vie, caractérisés par leur simplicité et leur facilité de commercialisation par les banquiers. En revanche, les produits de la branche non-vie sont souvent plus complexes, ce qui peut expliquer leur moindre expansion dans le contexte de la bancassurance.

Tableau N°4 : Répartition du chiffre d'affaires du secteur de l'assurance en Algérie par segment de marché pour la période 2008-2019.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Assurance vie	8%	7%	9%	8%	7%	7%	7%	8%	9%	10%	9%	10%
Assurance non-vie	92%	93%	91%	92%	93%	93%	93%	92%	91%	90%	91%	90%

Source: Geummaz S, 31/12/2021, « The achievements of bancassurance in Algeria: Analytical vision on the period 2008-2019 », Revue EL-Manhel Economique, Vol: 04 - N°:03, p708.

Ce tableau illustre une tendance presque stable dans la répartition du chiffre d'affaires global du marché de l'assurance par branche, qui oscille entre 7% et 10% pour l'assurance vie et entre 90% et 93% pour la branche de l'assurance non-vie. Cela signifie que le marché de l'assurance en Algérie est largement dominé par la branche non-vie. Par conséquent, l'importance du chiffre d'affaires de la bancassurance réalisé dans la branche de l'assurance vie est relative.

L'analyse des réalisations des banques en matière de bancassurance depuis la mise en place de ce concept, et l'étude des parts de marchés détenues par celles-ci fait ressortir une contribution assez modeste, ceci est dus principalement à la restriction des banques algériennes a la commercialisation des produits d'assurance vie, sans pour autant vendre les produits d'assurance dommage .

Afin de cerner la faible participation des banques au chiffre d'affaire des assurances nous allons porter une attention particulière à l'étude des obstacles entravant l'activité bancassurance en Algérie.

Section 3 : les obstacles entravant la bancassurance en Algérie

Le développement de la bancassurance est confronté à diverses entraves certaines découlant de la réglementation bancaire et d'autres de la réglementation des assurances (Geunane.B)

Ces contraintes peuvent entraver la croissance de ce secteur en limitant, les possibilités de collaboration entre les banques et les compagnies d'assurance ou en imposant des restrictions financières.

1. Les obstacles liés à la réglementation bancaire

Du point de vue de la réglementation bancaire en Algérie, deux contraintes majeures entravent le développement de la bancassurance : l'obligation de respecter le secret professionnel et le manque de reconnaissance de la bancassurance en tant qu'activité accessoire par rapport aux activités principales des banques. Conformément à l'article 117 de l'ordonnance 03-11 du 26 août 2003 sur la monnaie et le crédit, les banquiers algériens sont tenus au secret professionnel, ce qui peut compliquer la communication d'informations clients nécessaires à la bancassurance. De plus, l'article 72 de cette ordonnance ne mentionne pas explicitement les opérations d'assurance parmi les activités connexes, ce qui nécessite une révision pour permettre aux banques de s'engager pleinement dans la bancassurance.

2. Les obstacles liés à la réglementation des assurances

Les entraves réglementaires dans le secteur des assurances imposent des limites strictes sur les commissions perçues par les bancassureurs. Ces commissions sont souvent plafonnées par la réglementation, ce qui réduit la marge bénéficiaire des banques dans le cadre de la bancassurance. De plus, les banques sont tenues de respecter les tarifs de primes fixés par les compagnies d'assurance, ce qui signifie qu'elles ne peuvent pas facturer des montants de primes supérieurs à ceux établis par ces compagnies. Cette réglementation vise à protéger les consommateurs et à assurer une concurrence équitable dans le secteur de l'assurance, mais elle peut limiter les incitations financières pour les banques à développer davantage leurs activités de bancassurance.

3. les obstacles d'ordre culturel de la bancassurance en Algérie

La bancassurance procure de nombreuses obstacles de côté de la clientèle et de côté bancaire

❖ Du côté de la clientèle

La faible culture financière au sein de la population algérienne peut représenter un défi pour la vente des produits d'assurance, notamment ceux liés à l'assurance vie, qui restent souvent un sujet sensible. Pour surmonter ces obstacles, les bancassureurs en Algérie pourraient s'inspirer de l'exemple français. Il serait important de mettre en place des campagnes de sensibilisation et des programmes de formation financière pour aider les clients à comprendre les avantages et la valeur des produits d'assurance. De plus, la transparence et la clarté dans la communication des termes et des conditions des contrats d'assurance contribueraient à renforcer la confiance des clients. En investissant dans l'éducation financière et en adoptant des stratégies de communication adaptées.

❖ Du côté bancaire**• L'image de marque**

En Algérie, on constate l'absence de recherches approfondies visant à comprendre les besoins et attentes de la clientèle. De plus, l'image de marque des banques n'est pas favorable, principalement en raison du manque de communication authentique avec les clients. Pour pallier cette lacune, les banques ont mis en place des structures dédiées à la communication et au marketing. Cependant, plutôt que d'innover, les banques ont tendance à réagir, ce qui nuit à leur capacité d'anticipation. Ce manque d'innovation, combiné à un manque de professionnalisme et à des lacunes en termes de stratégie commerciale, risque de développement de la bancassurance en Algérie.

• Les moyens techniques

Pour optimiser les opérations de bancassurance, il est indispensable d'établir une connexion entre les systèmes d'information de la banque et de son partenaire assureur. La majorité des banques et des compagnies d'assurance en Algérie manquent de systèmes d'information performants. En conséquence, les agences d'une même banque et les compagnies d'assurance ne sont pas encore interconnectées, ce qui entrave la transmission électronique des données entre les deux entités.

Conclusion

La bancassurance en Algérie affiche une croissance prometteuse, avec une offre diversifiée et une coopération renforcée entre les institutions financières et les assureurs. Cependant, des difficultés persistent, nécessitant une attention soutenue. Les banques algériennes doivent poursuivre leurs efforts pour personnaliser leurs services de bancassurance et former adéquatement leur personnel. De même, les autorités doivent maintenir leur engagement à améliorer le cadre réglementaire pour protéger les consommateurs et stabiliser le secteur financier. Sensibiliser la population à l'importance de l'assurance est crucial pour garantir sa compréhension des bénéfices à long terme et son implication dans la sécurité

Chapitre II : Application de la bancassurance en Algérie

financière. En surmontant ces obstacles, la bancassurance en Algérie continuera sur sa lancée positive, contribuant ainsi de manière significative à la croissance économique du pays.

Chapitre III

**Pratique de la Bancassurance au niveau de
la BNA, Agence 356, Bejaia**

Chapitre III : Pratique de la Bancassurance au niveau de la BNA, Agence 356, Bejaia

Introduction

L'émergence de la bancassurance dans le paysage financier a captivé l'intérêt de nombreux observateurs, conduisant de nombreux pays à embrasser cette fusion innovante des secteurs bancaire et des assurances. L'Algérie n'a pas fait exception à cette tendance. En effet, les institutions bancaires et les compagnies d'assurance ont engagé une série d'accords de collaboration visant à exploiter les synergies entre leurs activités respectives.

L'année 2006 marque un tournant décisif avec la promulgation d'une nouvelle loi facilitant la coopération entre ces deux sphères financières. Cette législation a jeté les bases d'une collaboration fructueuse, permettant aux banques et aux compagnies d'assurance de développer des partenariats solides dans le domaine de la bancassurance.

Ce chapitre est divisé en trois parties. La première partie est dédiée à la présentation de la Banque BNA et son partenaire L'Algérien vie avec leurs produits de bancassurance. La deuxième partie présente la méthodologie de notre travail, et la dernière partie est consacrée pour l'analyse et interprétation des résultats du questionnaire ainsi que l'analyse de l'évolution des chiffres d'affaires de la BNA agence principale de Bejaia en terme de bancassurance.

Section 1 : Présentation de la Banque Nationale d'Algérie et son partenaire L'Algérien vie et leurs produits

1. Présentation de la Banque Nationale d'Algérie

La BNA, tout comme d'autres institutions bancaires, est une entité juridique distincte qui exerce en tant que personne morale. Son activité principale consiste à effectuer de manière régulière des opérations telles que la réception de fonds du public, l'octroi de crédits, ainsi que la gestion et la fourniture à ses clients de divers moyens de paiement. Elle est constituée sous forme de société par actions, avec un capital social évalué à 150.000.000.000 DA.

Depuis sa création en 1966, la Banque Nationale d'Algérie accompagne ses clients, qu'ils soient particuliers, professionnels ou institutionnels, et c'est là sa mission première. Ce qui en fait aujourd'hui l'une des banques les plus actives dans le domaine bancaire, avec plus de 2,5 millions de clients (Cite officiel de la BNA).

2. Présentation de la compagnie d'assurance AGLIC (Algerian Gulf Life Insurance)

Algerian Gulf Life Insurance Compagnie SPA dont le nom commercial est « Algérienne VIE », c'est une compagnie spécialisée dans la distribution et la commercialisation des produits d'Assurances de Personne (Assurance prévoyance et santé, Assurance voyage et assistance, Assurance accidents corporels, Assurance décès-emprunteur, Assurance Warda, La carte Elite).

L'Algérienne Vie est une compagnie d'assurance de personne, Algéro-Kowétienn qui a été créée en 2015 suite à un partenariat stratégique alliant l'expertise à l'international du groupe Koweïtien Gulf Insurance Group GIG, (la connaissance du marché à travers la Compagnie d'Assurance des Hydrocarbures CASH Assurance (filiale de SONATRACH) et l'ancrage territorial avéré de la Banque Nationale d'Algérie (BNA).

Elle est dotée d'un capital social de 1.000.000.000 DA entièrement libéré (L'Algérienne Vie)

Actuellement, Algérienne Vie occupe une position prépondérante dans le domaine des Assurances de Personnes en Algérie, émergeant comme un acteur majeur grâce à son réseau de distribution étendu comptant plus de 450 agences directes et indirectes.

La relation entre BNA et L'Algérienne Vie est déterminée par une convention de distribution des produits d'assurances de personnes. S'unir pour bâtir Autrement dit, L'Algérienne Vie, en sa qualité d'assureur, autorise la BNA, en sa qualité de mandataire, de conclure des contrats d'assurance de personnes en son nom et pour son compte ; en contrepartie d'une rémunération sous forme de commission.

- **Actionnariat de la compagnie AGLIC :**

- ✓ CASH Assurances : La CASH Assurance est présente avec l'Algérienne Vie Depuis sa création autant que partenaire de distribution et actionnaire majoritaire à hauteur de 42,5%.
- ✓ BNA : Actuellement actionnaire à 15 %, elle est aussi partenaire de distribution des Produits de l'Algérienne Vie.
- ✓ Gulf Insurance Group : Elle détient actuellement 42,5% des actions de l'Algérienne Vie, le groupe est présent sur plusieurs régions, notamment, les pays du Gulf, le Moyens orient et l'Afrique du nord.

Ces objectifs peuvent varier en fonction de la vision, de la mission et de la stratégie spécifiques d'AGLIC, ainsi que des conditions du marché et de la concurrence dans le secteur de l'assurance. Les produits d'assurance offerts par AGLIC Algérie englobent une gamme diversifiée, incluant à la fois des assurances prévoyance et des assurances santé, notamment pour les accidents et les maladies :

- Assurance voyage et assistance : Cette assurance garantit des indemnisations en cas de dommages subis lors de voyages personnels ou professionnels à l'étranger.
- Assurance accidents corporels : Cette extension de garantie couvre les préjudices financiers ou matériels résultant d'accidents graves de la route entraînant des blessures importantes et des frais médicaux élevés.
- Assurance temporaire au décès : Cette assurance prévoyance spécifique garantit un capital aux proches en cas de décès de l'assuré.

- Assurance emprunteur : Couvrant les risques de décès, d'invalidité, d'incapacité, voire de perte d'emploi, cette assurance protège à la fois l'emprunteur et l'institution de crédit.
- Assurance prévoyance et santé : Offrant une couverture contre les maladies graves telles que le cancer, cette assurance préserve la sécurité financière de l'assuré en cas de problèmes de santé majeurs.

3. Les produits de bancassurance commercialisés par la BNA

La Banque Algérienne, conformément à la loi de février 2006, a élargi son offre en commercialisant des produits d'assurance via ses guichets, en partenariat avec AGLIC. Cette démarche s'inscrit dans sa stratégie de diversification de ses services pour fidéliser sa clientèle et se prémunir contre les risques associés à ses opérations de crédit. La vente des produits d'assurance vise à augmenter les commissions et à sécuriser les prêts, tout en assurant la rapidité et l'efficacité des transactions bancaires il existe quatre produits

3.1 Assurance Voyages et Assistance (AVA)

L'AVA est régie par les dispositions de l'Ordonnance 95-75 relative aux assurances, modifiée et complétée par la loi 06-04 « ce contrat couvre l'assuré en cas de maladie ou accident corporel survenu à l'étranger ».

L'assurance voyage, qu'elle soit individuelle ou collective, offre une protection contre les dommages encourus lors de déplacements personnels ou professionnels à l'étranger. Elle prend en charge divers frais tels que les soins médicaux, l'annulation de voyage, la perte de bagages et les accidents. Cette couverture s'étend aux individus de moins de 80 ans pour une durée prédéfinie. Les contrats peuvent être souscrits pour des individus, des familles ou des groupes de plus de 10 personnes, comme les employés en déplacement pour une formation, par exemple.

La police d'assurance d'AGLIC pour l'assurance voyage comprend deux parties distinctes. Dans la première section, sont consignées les informations du souscripteur, et dans le cas d'un contrat familial, celles des membres de la famille, ainsi que leur destination et le montant de la prime à payer. La deuxième partie du contrat détaille les garanties offertes, les montants assurés et inclut également les coordonnées à contacter en cas de sinistre. Enfin, le contrat se conclut par les signatures des deux parties impliquées : le souscripteur et l'agent souscripteur de la banque BNA. (Guide de la bancassurance au sein de la BNA).

❖ Les garanties prévues :

Nous distinguons deux types de garanties :

- Assurance garanties de base par l'Algérienne Vie.
- Assistance garanties complémentaires par MAPFRE ASSISTANCE.

▪ **Assurance garantie de base par l'Algérienne Vie**

Les garanties de base de l'assurance comprennent :

- Décès Accidentel : En cas de décès de l'assuré suite à un accident, le capital garanti est versé au bénéficiaire désigné.
- Incapacité Permanente Totale (IPT) : En cas de perte totale et permanente de la capacité à travailler suite à un accident couvert, un capital équivalent à celui prévu en cas de décès est versé à l'assuré.
- Incapacité Permanente Partielle (IPP) : Si l'assuré souffre d'une invalidité partielle suite à un accident couvert, une indemnité correspondant au pourcentage d'incapacité prévu en cas de décès est versée.

▪ **Les garanties complémentaires d'assistance**

Les garanties complémentaires d'assistance offertes couvrent l'assuré en cas de difficultés rencontrées pendant son voyage. Elles incluent :

- Transport sanitaire ;
- Frais médicaux et pharmaceutiques ;
- Rapatriement du corps en cas de décès ;
- Soins dentaires d'urgence ;
- Prolongation du séjour pour convalescence ;
- Visite d'un proche parent en cas d'hospitalisation de plus de 5 jours ;
- Retour anticipé de l'assuré en cas de décès ou de sinistre au domicile ;
- Rapatriement des autres bénéficiaires
- Défense juridique ;
- Frais de secours et de sauvetage
- Perte de bagages enregistrés, dans la limite de 40 kg.
- Retard de vol ou bagages de plus de 4heures ;
- Avance de caution pénale ;
- Retard de livraison de bagages de plus de 12 heures ;
- Demande d'information ;
- Expédition de médicament ;
- Annulation de vol ;
- Conseil médical par téléphone ;
- Transmission de messages urgents.

Si le voyage est annulé en raison du refus de visa, le(s) souscripteur(s) pourront obtenir un remboursement en fournissant la notification de refus, accompagnée du motif fourni par le consulat du pays de destination.

Vous pouvez consulter un exemplaire du contrat en Annexe 2 pour plus de détails.

3.2 L'assurance Décès Emprunteur (ADE)

L'Assurance Décès Emprunteur (ADE) est une assurance à durée limitée correspondant à la période du crédit. Elle garantit le remboursement du capital restant dû à l'organisme prêteur en cas de décès de l'emprunteur, quelle qu'en soit la cause, avant le remboursement complet du prêt. Cette assurance est accompagnée de la garantie de remboursement du capital restant dû en cas d'Invalidité Absolue et Définitive (IAD) résultant d'une maladie ou d'un accident. L'IAD survient lorsque l'assuré est incapable d'accomplir les tâches essentielles de la vie quotidienne et nécessite l'assistance d'une tierce personne. (Guide de la bancassurance au sein de la BNA).

On a deux types d'Assurance Décès Emprunteur :

3.2.1 Assurance Décès Emprunteur « crédit immobilier »

Le taux appliqué est déterminé en fonction de trois critères :

- L'âge de l'emprunteur au moment de la demande d'adhésion ;
- La durée du crédit sollicité ;
- L'état de santé et la profession de l'emprunteur lors de la demande d'adhésion.

L'adhésion est établie sur la base des déclarations faites par l'emprunteur, telles qu'elles sont consignées dans le dossier de souscription.

Constitution du dossier médical

L'emprunteur doit fournir les documents requis en fonction du montant du capital à assurer et de son âge lors de la souscription.

Vérification du dossier médical

Le responsable de la bancassurance examine les éléments suivants :

- Les informations personnelles de l'emprunteur (nom, prénom, date de naissance, adresse, profession).
- Chaque question doit être répondue par OUI ou NON.
- En cas de réponse "OUI", une précision est requise.
- L'emprunteur doit dater, signer et approuver les informations fournies.

Traitement du dossier médical

Une fois le dossier médical traité, une réponse est envoyée à l'agence BNA concernée.

Validation du contrat

Si le dossier est conforme et ne présente pas de risque aggravé, le souscripteur valide l'adhésion après avoir payé la prime d'assurance. Tout risque aggraver est identifié lors de la vérification de la demande d'adhésion. (Haliche.R et Charchour.Y ,2019).

Vous pouvez consulter un exemplaire du contrat en Annexe 3 pour plus de détails.

3.2.2 Assurance Décès Emprunteur « crédit à la consommation »

L'Assurance Décès Emprunteur pour les crédits à la consommation requiert une adhésion basée sur la déclaration de l'état de santé du client figurant sur la demande d'adhésion.

Le processus d'adhésion à l'Assurance Décès Emprunteur "crédit à la consommation" se déroule comme suit :

Pour commencer, le client doit remplir une demande d'adhésion et fournir une déclaration de bonne santé. Une fois ces documents complétés, le cadre souscripteur examine le dossier. Si aucune anomalie n'est détectée dans l'état de santé du client et que le dossier est dans le cadre du pouvoir de souscription de l'agence, le contrat est validé.

Une fois le contrat validé, le cadre souscripteur procède à l'édition de trois exemplaires :

- Un exemplaire est remis au client.
- Un exemplaire est conservé par l'agence.
- Un exemplaire est envoyé à AGLIC.

Il est important de noter que certaines situations ne sont pas couvertes par cette assurance, notamment les dommages causés par des faits de guerre (étrangère et civile), les dommages intentionnellement causés par l'assuré, ainsi que les dommages résultant de la survenance d'un risque nucléaire.

Les biens assurés par ce produit incluent :

- Les biens immobiliers à usage d'habitation, mais uniquement les murs et non le contenu.
- Les installations industrielles et/ou commerciales, comprenant les constructions abritant l'activité, les équipements qu'elles contiennent, ainsi que les marchandises qu'elles renferment. (Haliche.R et Charchour.Y ,2019)

Vous pouvez consulter un exemplaire du contrat en Annexe 4 pour plus de détails.

3.3 Assurance Warda

C'est une assurance individuelle qui permet de bénéficier d'un capital forfaitaire, choisi préalablement lors de la souscription, en cas de diagnostic d'un cancer du sein invasif avant le terme du contrat. Cette assurance destinée toute personne d'origine algérienne et de sexe

féminin âgée entre 18 ans et 60ans au jour d'entrée en couverture le contrat d'assurance peut être renouvelé pour les personnes assurées avant l'âge de 60 ans et cela, jusqu'à l'âge de 65 ans.

Le produit < WARDA > compte deux formules :

Formule 1 : Reversement d'un capital de 500.000 DZD en cas de diagnostic de la maladie

Formule 2 : Reversement d'un capital de 1.000.000 DZD en cas de diagnostic de la maladie. (L'Algérienne Vie, 2023).

Les garanties

Les garanties de cette assurance incluent la couverture des affections malignes des seins, caractérisées par une croissance incontrôlée et une propagation de cellules malignes envahissant un tissu avec des caractéristiques histologiques distinctes. Pour que cette garantie s'applique, le diagnostic doit être confirmé par une analyse histologique.

Cependant, cette couverture exclut les situations suivantes :

- Les cas de cancer in situ.
- Toutes les affections malignes de la peau.
- La détection de cellules cancéreuses ou de matériel génétique de cancer par des méthodes d'investigation moléculaires ou biochimiques (telles que la protéinique, l'ADN/ARN, etc.), sans présence de lésions tissulaires.

Pour clarifier, toute lésion décrite ou classifiée comme pré-maligne ou non invasive n'est pas considérée comme un cancer selon la définition précédemment mentionnée.

Il est également important de noter qu'aucune prestation ne sera versée si les symptômes apparaissent ou si le diagnostic de la maladie est établi dans les 90 jours suivant la date d'entrée en vigueur ou de réactivation de la garantie.

Vous pouvez consulter un exemplaire du contrat en Annexe 5 pour plus de détails.

3.4. Carte Elite

Une Carte Interbancaire de retrait et de paiement qui donne accès à une large gamme de services supplémentaires pour des besoins spécifiques, telles que :

- L'assistance médicale en cas de maladie ou de décès.
- Le remboursement d'un capital en cas de décès accidentel ou d'invalidité absolue et définitive.
- Un service d'orientation, de conseil et d'accompagnement afin de répondre au mieux aux demandes des clients.

Vous pouvez consulter un exemplaire du contrat en Annexe 6 pour plus de détails.

Section 2 : Présentation de la méthodologie de travail

Nous avons choisi de mener une enquête de terrain par questionnaire auprès des clients de la banque. Pour ce faire, nous avons consacré une durée de 40 jours pour la distribution des questionnaires et la collecte d'informations auprès de nos sujets. Nous avons pu compléter notre enquête alors auprès de 109 clients de 4 différentes agences BNA de la wilaya de Bejaia. Pour obtenir de meilleurs résultats, nous avons mené, parallèlement à l'enquête de terrain par questionnaire, une étude exploratoire dans laquelle nous avons rencontré le personnel de la banque avec qui nous avons pu échanger des informations et poser diverses questions. Cet entretien nous a permis de connaître le point de vue de la banque sur le produit de bancassurance et les différentes méthodes utilisées par cette dernière pour le promouvoir ; l'évolution de la bancassurance ainsi que les difficultés rencontrées à la distribution de ces produits d'assurances par la banque. Dans notre cas, nous avons opté pour une enquête quantitative par questionnaire car elle permet d'analyser le comportement des clients vis-à-vis de la Bancassurance. Étant donné que les clients répondent mieux lorsqu'on leur pose des questions pour lesquelles une liste de réponses possibles est déjà préparée ; le questionnaire est une méthode plus simple pour les personnes interrogées.

1. L'échantillonnage

La population sur laquelle nous enquêtons est constituée des clients d'une agence BNA 356 de la wilaya de Bejaia. Nous avons donc un échantillon de 109 clients de la BNA Banque. Ces derniers sont choisis par convenance avec pour une sélection de différentes catégories.

2. Le mode de distribution du questionnaire

Pour notre enquête, nous avons opté pour la mise à disposition de la clientèle de la structure d'accueil de notre questionnaire, nous avons assisté la clientèle à renseigner fidèlement notre questionnaire et y apporté l'intérêt requis ; Nous avons jugé que cette méthode est la plus adéquate pour comprendre le niveau de développement de la bancassurance au sein de l'organisme d'accueil, puis généraliser les résultats obtenus.

3. La présentation du questionnaire

Le questionnaire est un outil indispensable à la réalisation d'une enquête. C'est un ensemble de questions qui nous permet de collecter des informations directement

Auprès des clients. Nous avons scindé notre questionnaire en différentes parties ;

La partie du client :

- L'identification du client : ce qui nous permet de savoir quelle catégorie de clients

Utilisent le plus la bancassurance.

- La préférence du client : le répondant fait une comparaison entre le réseau classique

(Assurance) et le réseau bancaire dans la distribution des produits d'assurances et

Nous parle de sa préférence.

La partie du produit :

- La connaissance du produit : elle nous permet de savoir si le produit de

Bancassurance est connue des clients de la BNA, et nous permet également de savoir

Si la banque informe bien sa clientèle.

- L'intérêt du produit : il nous aide à savoir si le produit est attractif ou pas et pour

Quelles raisons.

4. Analyse les résultats du questionnaire et le chiffres d'affaire de BNA

Pour analyser les réponses obtenues à notre questionnaire, nous avons opté pour IBM SPSS 20. Ce logiciel est reconnu comme étant le leader en matière de statistiques. Il offre la possibilité d'explorer les données de manière approfondie et rapide, grâce à sa large gamme de techniques et d'analyses.

Section 03 : Analyse descriptive des données

Dans cette section, nous allons exposer les résultats de notre enquête et analyser les données collectées et le chiffre d'affaire de la banque BNA :

3.1 Analyser les donnée du questionnaire

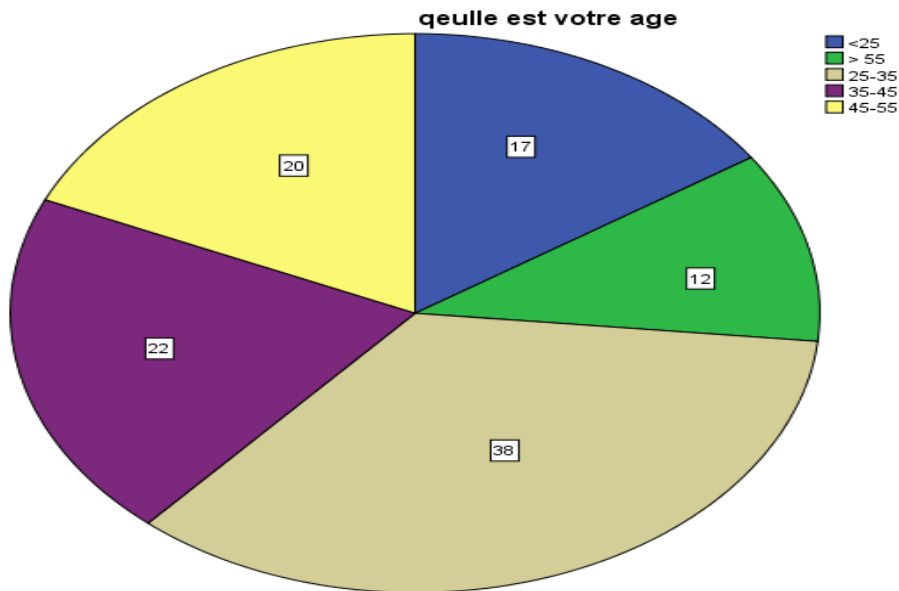
Tableau 5 : Repartitions des données selon le sexe des participants.

	Effectifs	Pourcentage %
Femme	64	59
Homme	45	41
Total	109	100

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête.

En se référant au tableau ci-dessus, il est notable que la composition des personnes interrogées se divise comme suit : 45 hommes, représentant ainsi 41% du total des personnes interrogées, contre 64 femmes, constituant 59% des personnes interrogées. Cette répartition met en évidence que les femmes sont en plus grand nombre que les hommes au sein de notre échantillon. La majorité relative dans cet échantillon est féminine, avec 59% des personnes interrogées étant des femmes.

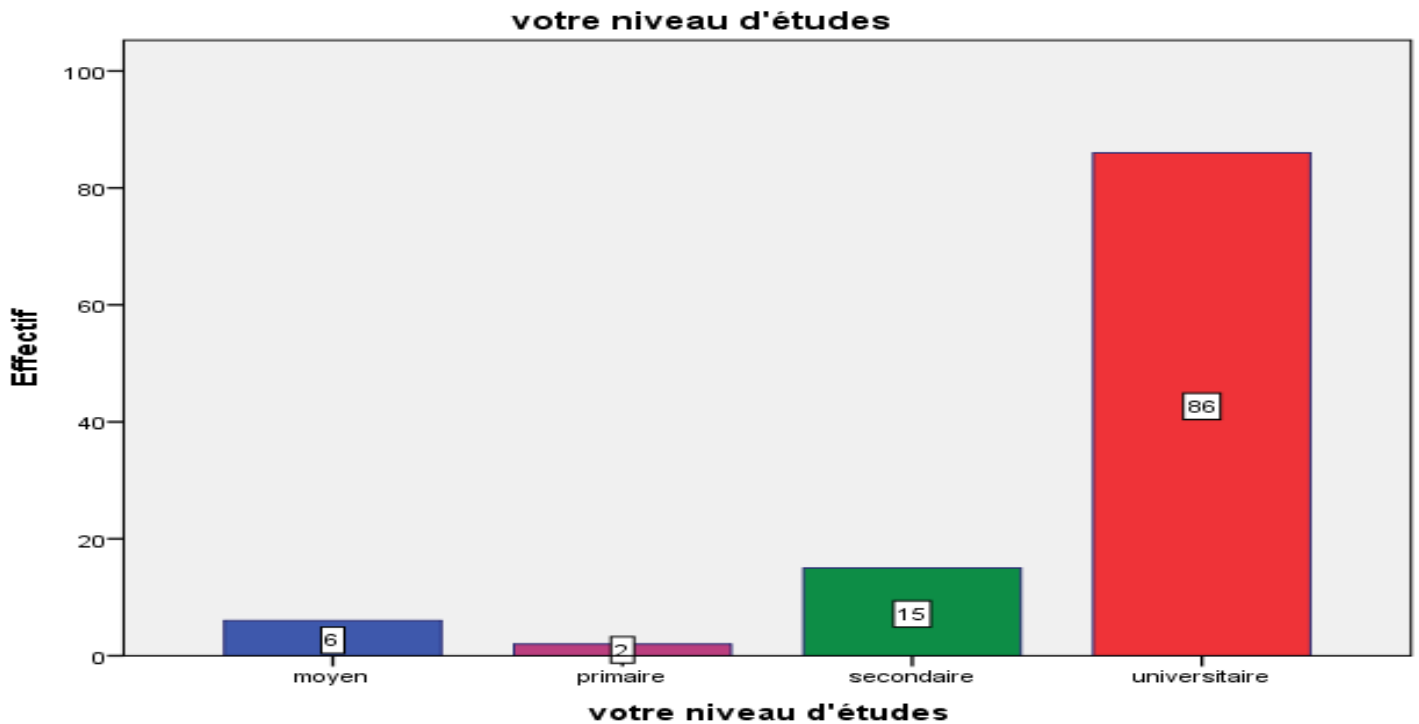
Figure 6: Diagramme en secteur selon l'âge.



Source : Conception personnelle à partir des données de l'enquête

D'après le diagramme en secteur ci-dessus, il est observé que la population de notre échantillon est relativement jeune, en effet sur les 109 personnes interrogées nous relevons 77 personnes âgées de moins de 45 ans soit 71% de notre échantillon, cette population est répartie comme suit : 17 personnes âgées de moins de 25 ans soit 16% de notre échantillon, 38 personnes âgées entre 25 et 35 ans ce qui représente 35 % de notre échantillon , 22 personnes âgées entre 35 et 45 ans soit 20% de notre échantillon ; les 29% restant de notre échantillon sont répartis comme suit : 20 personnes âgées entre 45 et 55 ans soit 18% de notre échantillon, et enfin 12 personnes âgées de plus de 55ans soit 11 % de notre échantillon, cette catégorie représente les retraités. Cette répartition par âge met en évidence une nette majorité de jeunes adultes dans notre échantillon, tandis que la présence de personnes plus âgées est moins significative.

Figure 7: Digramme en bâton selon le niveau d'étude des participants.



Source : Conception personnelle à partir des données de l'enquête

En se référant aux diagrammes en bâtons ci-dessus, il est notable que la majorité des participants ont un niveau d'études universitaire. Sur les 109 personnes interrogées, 86 sont titulaires d'un diplôme universitaire, ce qui constitue 79 % de notre échantillon. En comparaison, 15 personnes ont un niveau d'études secondaire, représentant ainsi 14 % de notre échantillon. De plus, 6 personnes ont un niveau d'études moyen, soit 6 % de notre échantillon, tandis que seulement 2 personnes ont un niveau d'études primaire, ce qui représente 2 % de notre échantillon. Cette distribution des niveaux d'études met en évidence une prédominance significative de diplômés universitaires parmi les participants, soulignant ainsi un haut niveau d'éducation au sein de notre échantillon.

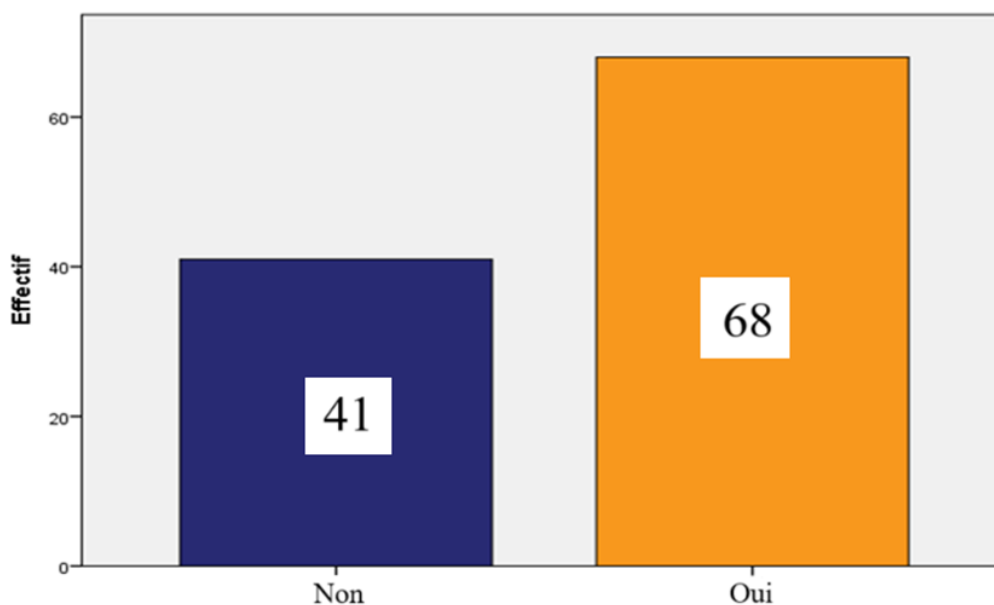
Tableau 6: Répartitions des données selon situation socio professionnel

	Effectifs	Pourcentage %
Entreprise privée	7	6
Entreprise publique	3	3
Étudiant	17	16
Retraité	14	13
Salarié	68	63
Total	109	100

Source : conception à partir des données de l'enquête

D'après le tableau ci-dessus, il est notable que notre échantillon est principalement composé de salariés. En effet, nous avons interrogé 68 salariés, ce qui représente 62% de notre échantillon. De plus, 17 étudiants ont été interrogés, constituant ainsi 16% de notre échantillon. En comparaison, 14 retraités ont été inclus dans notre étude, représentant 13% de notre échantillon. En outre, 7 personnes travaillant dans des entreprises privées ont été interrogées, ce qui équivaut à 6% de notre échantillon, tandis que seulement 3 personnes travaillant dans des entreprises publiques ont été incluses, représentant ainsi 3% de notre échantillon. Ce tableau permet de visualiser clairement la répartition des différents statuts professionnels dans notre échantillon, mettant en lumière la prédominance des salariés tout en tenant compte des autres groupes significatifs tels que les étudiants, les retraités et les employés des secteurs public et privé.

Figure 8 : Digramme en bâton selon la connaissance de la bancassurance.



Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

Selon les données du diagramme en bâtons ci-dessus, il est évident que sur les 109 personnes interrogées, 68 personnes sont familières avec la bancassurance, représentant ainsi 62% de notre échantillon, tandis que 41 personnes ne la connaissent pas, ce qui constitue 38% de notre échantillon. Il est ainsi remarquable que plus de la moitié de notre échantillon démontre une connaissance de la bancassurance en Algérie, ce qui témoigne d'une bonne diffusion de ces produits.

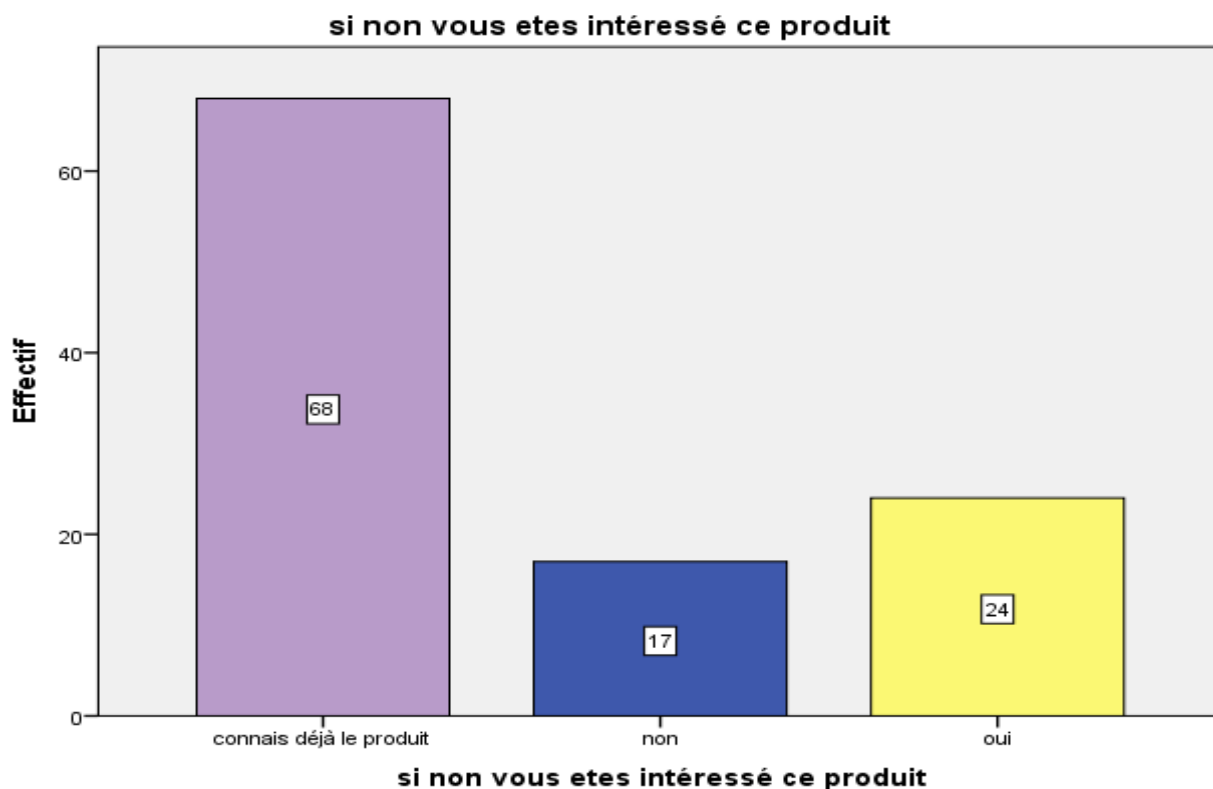
Tableau 7 : Répartitions des données selon le canal de connaissance

	Effectifs	Pourcentage%
Par Internet	35	32
Par les médias	12	11
Par lieux de travail	12	11
Par un ami ou la famille	5	5
Sans réponse	41	38
Université	4	4
Total	109	100

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

Selon les données du tableau , sur les 109 personnes interrogées, 68 personnes affirment connaître les produits bancassurance, 35 d'entre elles avouent avoir connu ces produits via internet cet catégorie représente 32% de notre échantillons, 12 personnes affirment avoir pris connaissance de ces produits via les media et sur les lieux de travail, ce qui représente 11% de notre échantillons pour chaque canal, 5 personnes nous informes avoir pris connaissance de ces produits grâce au bouche à oreille ce qui représente 5% de notre échantillon, et enfin 4 personnes ont pris connaissance de ces produit à l'université, ce qui représente 4% de notre échantillon . Les institutions financières doivent diversifier leurs stratégies de communication pour répondre efficacement aux divers canaux par lesquels les consommateurs découvrent la bancassurance, en particulier en intégrant les nouvelles tendances numériques comme Internet.

Figure 9 : Digramme en bâton selon l'intérêt porter sur la connaissance de produit



Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

En se référant aux diagrammes en bâtons ci-dessus, il est à noter que sur les 109 personnes interrogées, en plus des 68 personnes qui connaissent le produit, représentant ainsi 62% de notre échantillon, 24 personnes ont exprimé un intérêt à connaître la bancassurance, ce qui constitue 22% de notre échantillon global. En revanche, 17 personnes ne manifestent aucun intérêt à connaître la bancassurance, représentant ainsi 16% de notre échantillon. Il est crucial pour les institutions financières de segmenter leur audience afin d'optimiser l'efficacité de leurs communications et de leurs initiatives éducatives. Cette approche permet d'adapter les stratégies pour attirer de nouveaux clients tout en fidélisant ceux déjà informés.

Tableau 8 : Répartition des données selon la souscription aux produits d'assurance proposés par la banque BNA

	Effectifs	Pourcentage
Non	41	38
Oui	68	62
Total	109	100

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans le tableau ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, 68 personnes souscrivent à la bancassurance, ce qui représente

62% de notre échantillon. En revanche, 41 personnes ne pas souscris a les produit de la bancassurance, soit 38% de notre échantillon.

Il est ainsi remarquable que plus de la moitié de notre échantillon à une connaissance de la bancassurance en Algérie, ce qui indique une bonne diffusion de ces produits.

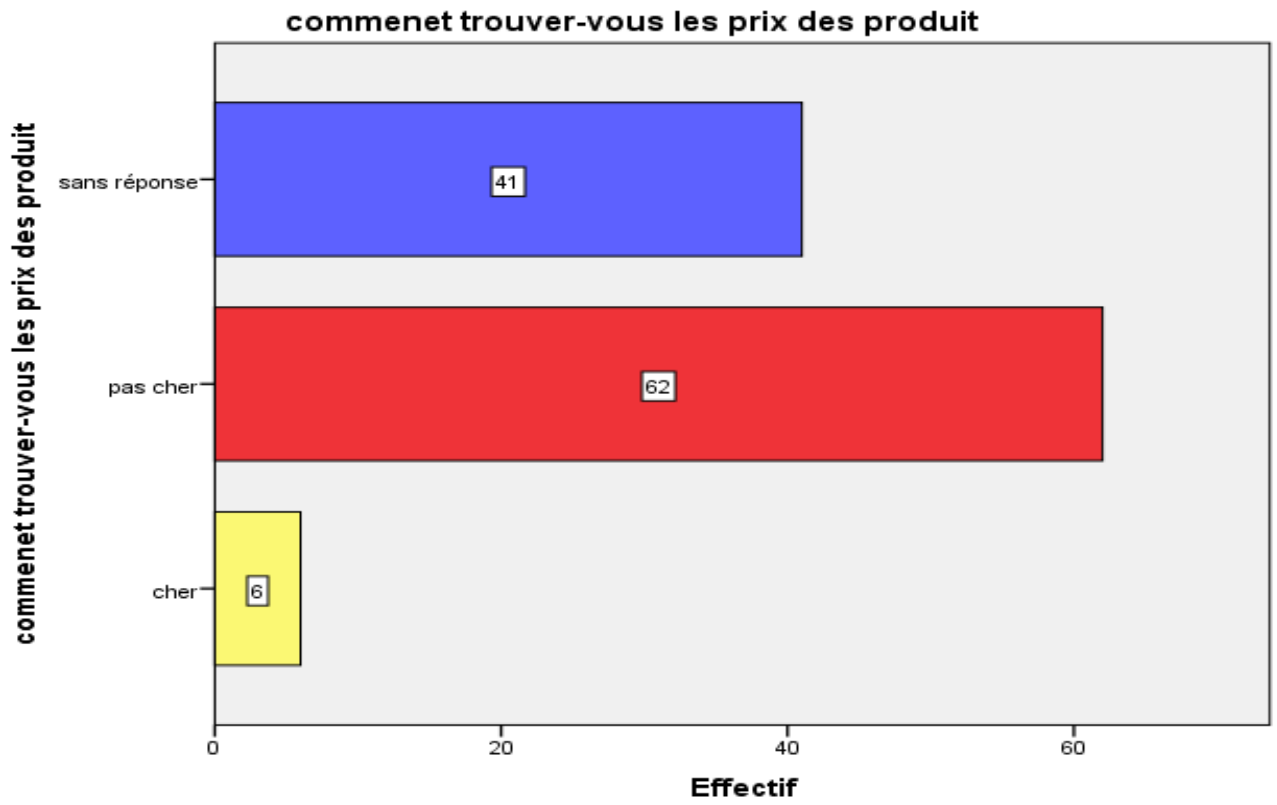
Tableau 9 : Répartitions des données selon le type de produits d'assurance proposées par la banque BNA.

	Effectifs	Pourcentage %
Consommation	5	5
Immobilier	11	10
Sans réponse	41	38
Voyage	50	46
Warda	2	2
Total	109	100

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans le tableau ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, et les 68 personnes affirmant connaître les produits bancassurance, 50 personnes ont déjà souscris le produit phare de la bancassurance : l'assurance voyage, ce qui représente 46% de notre échantillon , 11 personnes ont souscris une assurance décès invalidité absolue et définitive IAD immobilier, ce qui représente 10% de notre échantillon, 5 personnes ont souscrit une assurance décès invalidité absolu et définitive IAD consommation soit 5% de notre échantillon, et enfin 2 personnes ont souscrit une assurance WARDA, produit dédié exclusivement à la gente féminin, ce qui représente 2% de notre échantillon En revanche, 41 personnes ne connaissent pas la bancassurance, soit 38% de notre échantillon. Les données montrent une adoption notable de certains produits bancassurance, notamment l'assurance voyage, tandis que d'autres produits ont encore un potentiel à exploiter.

Figure 10 : Digramme en bâton selon l'avis des participants sur les tarifs des produits d'assurance proposés par la BNA



Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

En analysant les diagrammes en bâtons ci-dessus, il ressort que sur les 109 personnes interrogées, 62 estiment que ces produits ne sont pas chers, ce qui représente 57% de l'échantillon. En revanche, seulement 6 personnes jugent la tarification de ces produits comme étant élevée, soit 5%.

Les 41 personnes qui n'ont pas donné de réponse sont celles qui n'ont jamais souscrit de produit d'assurance. Ces données soulignent une perception majoritairement favorable envers la tarification des produits d'assurance, avec une minorité d'individus considérant les tarifs comme élevés.

Tableau 10 : Répartitions des données selon l'ancienneté de l'assurance

	Effectifs	Pourcentage %
<1 M	11	10
>12 M	9	8
1-6M	4	4
6-12M	44	40
Sans réponse	41	36
Total	109	100

Source : conception à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans le tableau ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, et les 68 personnes ayant déjà souscrit au moins un produit de bancassurance, 44 personnes ont souscrit depuis 6 à 12 mois ce qui représente 40% de notre échantillon, 11 personnes ont effectué leur souscription depuis un mois ou moins, ce qui représente 10% de notre échantillon, 9 personnes en souscrit au moins un produit de bancassurance depuis plus d'une année qui représente 8% de notre échantillon, enfin 4 personnes affirment avoir souscrit au moins un produit de bancassurance depuis 1 à 6 mois ce qui représente 4 % de notre échantillon.

L'analyse des données du tableau met en lumière des variations significatives dans les périodes de souscription aux produits de bancassurance, reflétant ainsi une dynamique complexe de comportements et de préférences des consommateurs dans le domaine des services financiers.

Tableau 11: Répartitions des données selon la raison du choix de canal bancaire

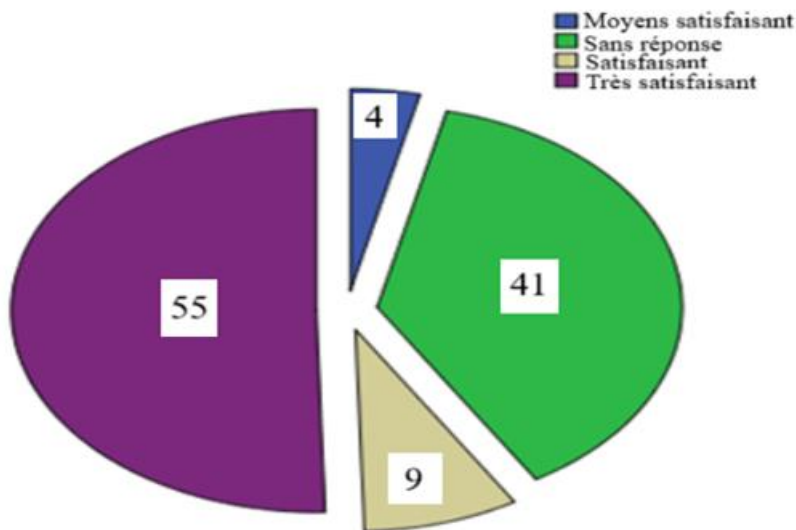
	Effectifs	Pourcentage %
La confiance	11	10
La fidélité	10	9
La qualité	16	15
Le prix	29	26
Obligation pour un crédit	2	2
Sans réponse	41	38
Total	109	100

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans le tableau ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, et les 68 personnes ayant déjà souscrit au moins un produit bancassurance, 29 personnes ont choisi le canal bancaire pour des raisons liées à la tarification, cette catégorie représente 27% de notre échantillon, 16 personnes ont opté pour ce canal pour des raisons de qualité de service ce qui représente 27% de notre échantillon. 11 personnes ont favorisé le canal bancaire par confiance ce qui représente 10% de notre échantillon, 10 personnes ont adopté ce canal par fidélité à leurs banques ce qui représente 9% de notre échantillon et enfin 4 personnes ont souscrit via ce canal par obligation dans le cadre de crédit accordé par la banque, ce qui représente 2% de notre échantillon.

L'analyse des motifs de choix du canal bancaire pour la souscription à des produits de bancassurance révèle une gamme diversifiée de considérations économiques, de service clientèle, de confiance institutionnelle, de fidélité et d'obligations contractuelles. Ces insights sont essentiels pour comprendre les comportements des consommateurs et pour orienter efficacement les stratégies marketing et de service dans le secteur de la bancassurance.

Figure 11 : Diagramme en secteur selon la satisfaction des participants



Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans le tableau et les diagrammes en secteur ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, et les 68 personnes ayant déjà souscrit au moins un produit bancassurance, 55 personnes affirment avoir vécu une expérience très satisfaisante soit 50% de notre échantillon, 9 personnes qualifient leurs expériences de satisfaisante, soit 8% de notre échantillon, 4 personnes sont moyennement satisfaites de leurs expériences soit 4% de notre échantillon.

Sur l'ensemble des personnes interrogées, **la majorité affirme avoir vécu une expérience très satisfaisante**. Et aucune ne fait allusion à une mauvaise expérience client, indiquant une perception positive globale.

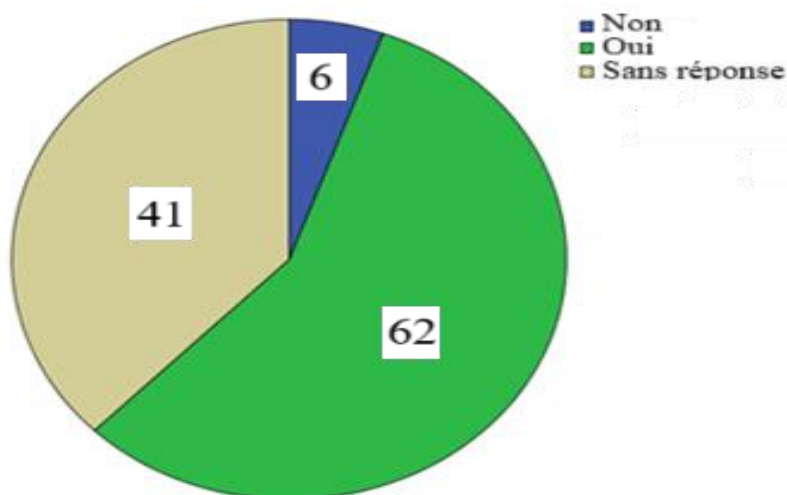
Tableau 12 : Répartitions des données selon les difficultés rencontrées lors de la souscription a des produits d'assurance

	Effectifs	Pourcentage %
Non	58	53
Oui ; lenteur dans la souscription	5	5
Oui ; lenteur suite à des problèmes de santé	5	5
Sans réponse	41	37
Total	109	100

Source : conception à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans le tableau ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, et les 68 personnes ayant déjà souscrit au moins un produit bancassurance, 58 personnes affirment ne pas avoir rencontré de difficultés lors de la souscription des produits de bancassurance, ce qui représente 53% de notre échantillon, en revanche 10 personnes se plaignent de lenteurs lors de la souscription, 5 personnes dénoncent une lenteur dans l'opération de souscription soit 5% de notre échantillon et 5 autres personnes se plaignent de lenteur pour des raisons liées à leurs état de santé ce qui représente 5% de notre échantillon. La plupart des clients ont eu une expérience sans difficulté lors de la souscription aux produits bancassurance, mais résoudre les lenteurs signalées par certains est crucial pour renforcer la satisfaction client et optimiser les processus opérationnels.

Figure 12 : Diagramme en secteur salon l'approche réelle de la bancassurance par apport aux attentes



Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans les diagrammes en secteur ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, et les 68 personnes ayant déjà souscrit au moins un produit bancassurance, 62 personnes confirment que leurs expériences clients répond parfaitement à leurs attentes ce qui représente 57% de notre échantillon, en revanche, 6 personnes jugent que leurs expériences sont loin de leurs attentes théorique, cette catégorie est minoritaire et représente 5% de notre échantillon. **Les résultats de l'enquête démontrent que la majorité des participants confirment que leur expérience clients répond parfaitement à leurs attentes**

Tableau 13 : Répartitions des données selon les propositions d'enrichissement de la bancassurance

	Effectifs	Pourcentage %
Non	13	12
oui ; assurance de matérielle	9	8
oui ; assurance de véhicule	46	42
sans réponse	41	38
Total	109	100

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans le tableau ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, et les 68 personnes ayant déjà souscrit au moins un produit bancassurance, 46 personnes proposent d'enrichir la gamme des produits commercialisés dans le cadre de la banque assurance par l'assurance véhicule, cette catégorie représente 42% de notre échantillon, 9 personnes proposent l'intégration de l'assurance multi risques professionnel soit 8% de notre échantillon. 13 personnes se sont abstenues à faire des propositions soit 12% de notre échantillon. Les résultats soulignent une forte demande pour élargir l'offre de produits bancassurance, notamment dans l'assurance véhicule **la majorité des participants qui l'ont proposé sont des salariés**, et multi risques professionnel **la majorité des participants qui l'ont proposé sont des entreprises privées et publiques** pour renforcer la compétitivité en répondant aux attentes diversifiées des consommateurs.

Tableau 14 : Répartitions des données selon le degré de difficultés sur la garantie proposée.

	Effectifs	Pourcentage %
Non	62	57
Oui	6	5
Sans réponse	41	38
Total	109	100

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans le tableau et les diagrammes en secteur ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, et les 68 personnes ayant déjà souscrit au moins un produit bancassurance, 62 personnes confirment ne pas avoir rencontré de difficultés à obtenir des informations relatives à la garanties, ni avoir une demande de souscription d'assurance ayant fait objet d'exclusion, ce qui représente 57% de notre échantillon, en revanche, 6 personnes confirment avoir rencontré des difficultés à obtenir des informations relatives à la garanties, ou avoir une demande de souscription d'assurance ayant fait objet d'exclusion, cette catégorie est minoritaire et représente 5% de notre échantillon. Ces résultats illustrent l'importance d'une communication efficace et transparente dans le secteur de la bancassurance pour maintenir une satisfaction élevée des clients et pour répondre aux exigences réglementaires et aux attentes croissantes en matière de services financiers.

Tableau 15 : Répartitions des données salon les éléments de satisfactions dans l'expérience de bancassurance en Algérie

	Effectifs	Pourcentage %
La rapidité	2	2
La réactivité	6	5
La simplicité	7	6
Les tarifs avantageux	53	49
Sans réponse	41	38
Total	109	100

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans le tableau ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, et les 68 personnes ayant déjà souscrit au moins un produit bancassurance, 53 personnes affirment que leur satisfaction découle des tarifs avantageux de la bancassurance soit 49%, 7 personnes confirment que l'origine de leurs satisfaction est bien la simplicité de l'opération de souscription soit 6% de notre échantillons, 6 personnes déclarent que la réactivité a été à l'origine de leurs satisfaction soit 5% de notre échantillons, et en fin 2 personnes déclarent que la rapidité a été à l'origine de leurs satisfaction soit 2% de notre échantillons. **Les résultats de l'enquête démontrent que la majorité des participants ont répondu que l'élément le plus satisfaisant c'est les tarifs avantageux.** En combinant ces facteurs, la bancassurance se positionne comme une solution efficace et satisfaisante pour répondre aux besoins financiers variés des consommateurs

Tableau 16 : Répartitions des données sur les avantages de la bancassurance

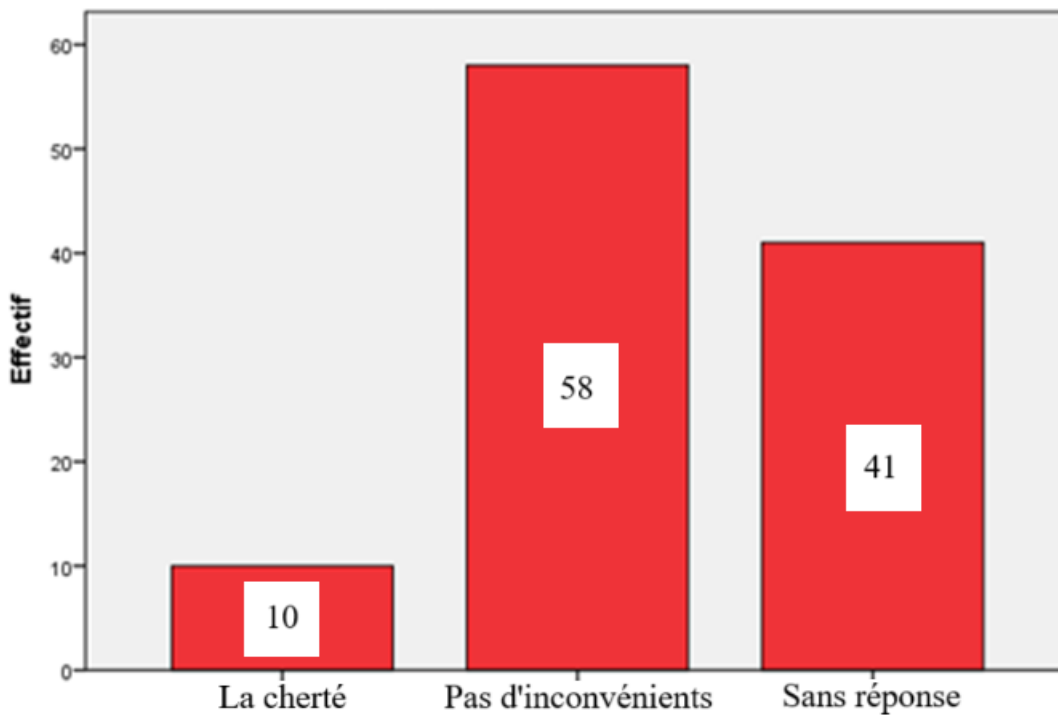
	Effectifs	Pourcentage %
Bénéficiaire d'une allocation touristique	11	10
Gain de temps	38	35
L'efficacité	12	11
Le remboursement en cas de décès	7	6
Sans réponse	41	38
Total	109	100

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans le tableau ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, et les 68 personnes ayant déjà souscrit au moins un produit

bancassurance, 38 personnes affirment pour l'avantage le gain de temps que procure la souscription via ce canal, cette catégorie représente 35% de notre échantillon, 12 personnes citent comme avantage l'efficacité de ce canal, soit 11% de notre échantillon, 11 personnes choisissent le canal bancaire pour bénéficier en même temps d'une allocation touristique soit 10% de notre échantillon, et en fin 7 personnes ont choisi ce canal pour bénéficier d'un remboursement en cas de décès soit 6% de notre échantillon. **Les résultats de l'enquête démontrent que la majorité des participants ont répondu que l'élément le plus avantageux est de gagner du temps.** La bancassurance offre une diversité d'avantages appréciés par les consommateurs, incluant gain de temps, efficacité, allocations touristiques et sécurité financière.

Figure 13 : Diagramme en bâton selon les inconvénients de la bancassurance.



Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans les diagrammes en battons ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, et les 68 personnes ayant déjà souscrit au moins un produit bancassurance, 58 personnes déclarent ne pas trouver d'inconvénients à la bancassurance soit 53% de notre échantillon, en revanche 10 personnes déclarent pour inconvénient la cherté des produits bancassurance soit 9% de notre échantillon.

Les résultats de l'enquête démontrent que La majorité des participants ont répondu qu'il ne trouve pas d'inconvénient.

La bancassurance est largement acceptée, avec une minorité préoccupée par les coûts, ce qui renforce son efficacité comme solution intégrée pour les consommateurs.

Tableau 17 : Répartitions des données selon les suggestions pour améliorer de la bancassurance selon les participants

Avez-vous des suggestions pour améliorer l'efficacité de la bancassurance en Algérie ?

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Augmenter la satisfaction des clients	3	2,8	2,8	2,8
Crée une application mobile pour souscrire l'assurance	23	21,1	21,1	23,9
Développer la gamme de produits	12	11,0	11,0	34,9
Facilité la procédure	14	12,8	12,8	47,7
Faire plus de publicité	5	4,6	4,6	52,3
Réduire les délais	6	5,5	5,5	57,8
Réduire les tarifs	5	4,6	4,6	62,4
Sans réponse	41	37,6	37,6	100,0
Total	109	100,0	100,0	

Source : conception personnelle à partir des données de l'enquête

D'après les données présentées dans le tableau et les diagrammes en secteur ci-dessus, nous avons constaté que sur les 109 personnes interrogées, et les 68 personnes ayant déjà souscrit au moins un produit bancassurance, 23 personnes proposent de mettre à leurs disposition une application mobile pour souscrire les produits de bancassurance, 14 personnes suggèrent de faciliter la procédure de souscription, 12 personnes souhaitent voir la gamme de produit développée, 6 personnes proposent de réduire les délais requis pour la souscription, 5 personnes veulent que les tarifs soient revus à la baisse, 5 personnes suggèrent de faire plus de publicité afin de vulgariser les produits de la bancassurance, et enfin 3 personnes proposent d'augmenter la satisfaction client.

Les résultats de l'enquête démontrent que la majorité des participants ont répondu que la meilleure proposition c'est de créer une application mobile pour souscrire l'assurance.

Les suggestions visent à moderniser les services de bancassurance en améliorant l'accessibilité, la simplicité des procédures, la diversification des offres, et l'optimisation des tarifs et de la communication.

3.2: Evolution de chiffre d'affaire bancassurance de la BNA 356

Produit	Années	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Au 31/03/2024
Assurance voyage	Nombre	192	934	684	107	92	265	319	59
	Montant en DA	392971,42	2016247,01	1627538,88	263662,75	286021,76	768867,53	829112,24	177746,29
Crédit immobilier	Nombre	-	13	30	73	126	212	353	129
	Montant en DA	-	3430065,46	6859789,12	9194831,12	13860944,50	21135054,40	40553269,17	10964201,38
Crédit consommation	Nombre	-	22	56	31	30	16	33	6
	Montant en DA	-	394883,70	597578,62	81107,14	123680,00	53063,04	107755,08	19242,90
Elite	Nombre	-	-	-	-	-	38	34	5
	Montant en DA	-	-	-	-	-	57000,00	64500	7500,00
Assurance Warda	Nombre	-	-	-	-	-	-	3	-
	Montant en DA	-	-	-	-	-	-	5980,50	-
Total	Nombre	192	969	770	211	248	531	742	199
	Montant en DA	392971,42	5841196,17	9084906,62	9539601,01	14270655,26	22013984,97	41560616,99	11688690,57

Source : Banque BNA

La lecture du tableau ci-dessus fait ressortir une nette progression en matière de commercialisation des produits bancassurance par l'agence principale Bejaia 356 en passant de 192 contrats souscrits en 2017 à 934 contrats en 2019, ou nous remarquons un pic dans la souscription de l'assurance voyage, puis une baisse considérable de celle-ci, cela est dû à la pandémie du COVID 19 ayant engendré la fermeture des frontières et la suspension de tout mouvement de personne de et vers l'étranger, puis une légère progression suite la réouverture des frontières.

Pour l'assurance décès invalidité se rapportant au crédit immobilier, produit phare de la bancassurance au niveau de la BNA, nous constatons une bonne performance en terme de vente de ce produit, passant de 13 contrats en 2018 soit 3 millions de dinars à 353 contrats en 2023 soit 40 millions de dinars.

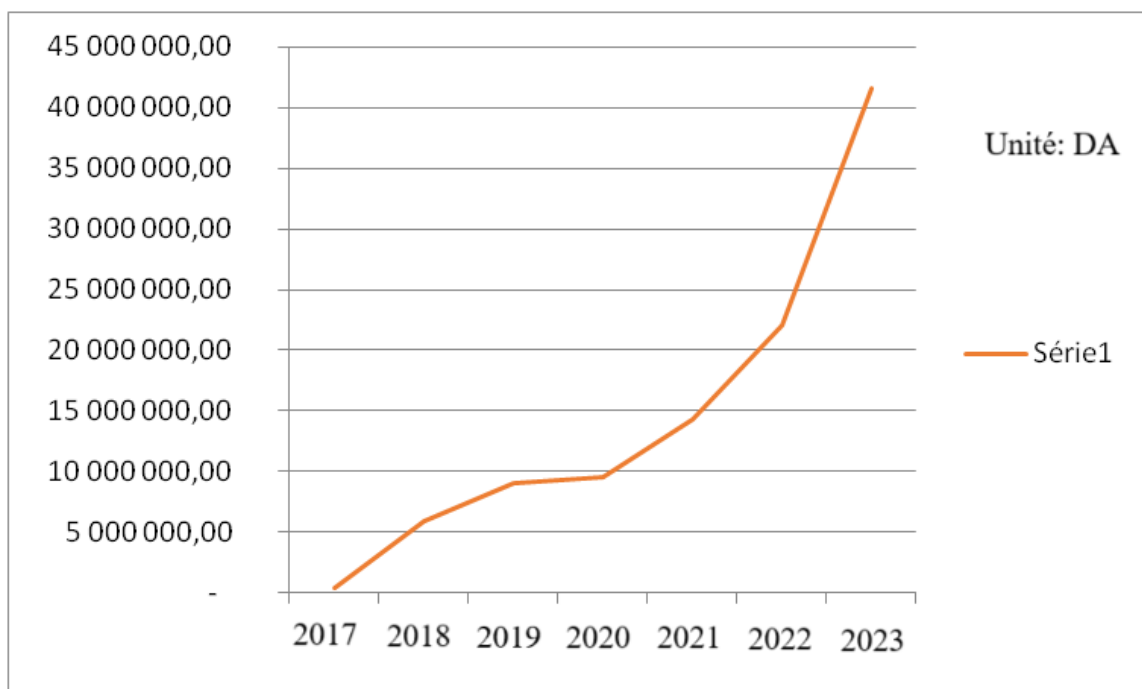
L'assurance décès invalidité se rapportant au crédit à la consommation quand a elle a enregistré son pic durant l'exercice 2019 soit 56 souscriptions pour un montant de 597 578DA cela est dû essentiellement au lancement du crédit véhicule, contre 31 contrats souscrits durant l'exercice 2020 pour un montant de 81 107 DA

L'assurance WARDA enregistre un faible taux d'adhésion, en effet nous avons enregistré la souscription de 3 contrats d'assurance en 2023 pour un montant de 5 980,50DA.

La carte élite pour sa part enregistre une certaine stabilité, en effet nous enregistrons 38 souscriptions contre 43 souscriptions durant l'exercice 2023.

Les souscriptions enregistrées pour le premier trimestre 2024 suivant les résultats de l'exercice écoulé, la progression du chiffre d'affaires en termes de bancassurance est considérable et prometteuse pour le reste de l'année notamment en termes d'assurance décès crédit immobilier.

Figure 14 : Evolution de chiffre d'affaires de la bancassurance BNA 356



La lecture de cette courbe fait ressortir une nette progression en matière de commercialisation des produits bancassurance par l'agence principale Bejaia 356.

Globalement, nous pouvons affirmer que le chiffre d'affaire en matière de bancassurance au niveau de la BNA agence principale de Bejaia 356 fait ressortir une courbe croissante pour la période allant de 2017 à 2019, soit une augmentation de 1 386% pour l'année 2018 et ce suite au lancement de l'assurance ADE immobilier et consommation puis une augmentation de 56% pour l'exercice 2019, nous constatons un ralentissement de la cadence en 2020, ceci étant due principalement à la pandémie du COVID 19 ayant paralysé le monde entier et entraînant par conséquence l'absence de souscription de l'assurance voyage suite à la fermeture des frontières et au confinement sanitaire, la tendance croissante reprend en 2021 de 50% puis de 54% en 2022 et 89% en 2023. Nous pouvons affirmer d'après notre analyse la tendance haussière de l'activité bancassurance avec une accélération de la cadence.

Conclusion

Dans ce chapitre, une analyse exhaustive des réponses obtenues à partir du questionnaire distribué aux clients de l'Agence 356 principale de Bejaia de la BNA a été conduite. L'objectif était de procéder à une évaluation approfondie des perceptions, des opinions et des expériences des clients à l'égard des produits et services de bancassurance offerts par la banque. Cette méthodologie nous a permis d'acquérir une compréhension fine de la perception de ces offres sur le terrain, tout en identifiant les aspects suscitant le plus de satisfaction ainsi que ceux nécessitant des améliorations potentielles.

Il est conclu que la bancassurance au sein de l'Agence 356 de Bejaia de la BNA a connu une évolution significative, comme en attestent les résultats de l'enquête par questionnaire menée. Après une phase initiale de stagnation, ce secteur a retrouvé son dynamisme, illustré par une augmentation notable du nombre de contrats conclus. Ces résultats démontrent clairement que la bancassurance au sein de la BNA progresse de manière satisfaisante, confirmant ainsi sa capacité à répondre efficacement aux besoins de sa clientèle tout en consolidant sa position sur le marché local.

Conclusion générale

Conclusion générale

La bancassurance, un concept qui combine les services bancaires et d'assurance pour diversifier et innover dans le secteur des services financiers en distribuant des produits d'assurance via les guichets bancaires.

La bancassurance est devenue une composante essentielle du paysage financier en Algérie, en effet, elle combine des avantages et des limites à la fois pour les banques et les compagnies d'assurance, au niveau macro et micro-économique. Les avantages pour les banques incluent la fidélisation de la clientèle, la rentabilité des ressources, la diversification des activités, et le renforcement des fonds propres. Pour les compagnies d'assurance, les bénéfices incluent l'accès à une large clientèle, une meilleure appréciation des risques, le renforcement des fonds propres, et l'amélioration de la rentabilité.

Cependant, il existe des limites pour les deux parties, telles que la cannibalisation des produits bancaires, les risques sur l'image de la banque, les méthodes de travail différentes, et le secret bancaire. Enfin, des limites macroéconomiques comme les effets sur le niveau de solvabilité, l'aléa moral, et la restriction de la concurrence sont également abordées et ce en confirmation de la première hypothèse que nous avons posé au début de notre travail.

La fidélisation de la clientèle de la banque se répercutant positivement sur le produit net bancaire nécessite la diversification de la gamme de produits bancaire et d'assurance, et ce afin de répondre au mieux aux besoins de cette clientèle, cette diversification permettra donc à la banque de garder la clientèle déjà acquise, de conquérir de nouveaux marchés et ce conformément à notre deuxième hypothèse.

Nous avons recueillis moyennant le questionnaire mis à la disposition de la clientèle diverses propositions de produits à intégrer dans le cadre de la banque assurance, la prise en charge de ses suggestions ouvrira de nouveau horizon à la bancassurance en Algérie

Aussi, en réponse à notre problématique, nous pouvons affirmer que la bancassurance est en nette progression, et que le chiffre d'affaire réalisé dans ce cadre ne cesse de s'accroître, en effet, nous constatons une augmentation du chiffre d'affaires de 1 386% pour l'année 2018, et 56% pour l'exercice 2019, nous enregistrons un ralentissement de la cadence en 2020, avec une augmentation de 5%, puis la tendance croissante reprend en 2021 de 50% puis de 54% en 2022 et 89% en 2023.

Pour conclure, l'état de progression de la bancassurance de la BNA Bejaia 356 est satisfaisant, néanmoins les banques doivent fournir des efforts supplémentaires afin de pallier aux inconvénients entravant son développement est gager des parts de marché qui restent assez modestes.

Bibliographie

Ouvrages

- CHEVALIER.M (2005), « Analyse de la situation de la bancassurance en Algérie », édition FOCUS
- CHEVALIER.M, LAUNY.C et MANGUY.B (2005), « Analyse de situation de la bancassurance dans le monde », édition GROUPE SCOR VIE.
- COUILBAULT.F, ELIASBERG.C et LATRASSE.M (2003), «Les grands principes de l'assurance » ,5ème édition, L'ARGUS /Paris.
- DE COUSERGUES.S (2002), « Gestion de la banque : du diagnostic a la stratégie ».3ème édition, DUNOD/ Paris.
- DE GRYSE.B (2005), « La bancassurance en mouvement », édition LARCIER/ Bruxelles.
- JEAN-PIERRE.D (1995), « Les enjeux de la bancassurance », 2ème édition, VERNUIL/ France.
- KEREN.V (1997), « La bancassurance » édition QUE SAIS-JE ?/Paris.
- Lambert.C (1996), « Economie des assurances », édition ARMAND COLIN/Paris.
- LEACH.A (2001), « Bancassurance in practice », MUNICH RE GROUP/ Munich.
- COLLIGNON.D et COLLIGNON.C), « L'assurance vie contrats individuels », édition LARGUS.

Articles et revues

- GEUNANE.B (2021), « L'impact de l'émergence de la bancassurance sur le développement des assurances de personnes en Algérie », Revue L'intégration Economique », Vol : 09-04/ (Décembre2021).
- GEUMMAZ.S, (31/12/2021), « The achievements of bancassurance in Algeria: Analytical visionon the period 2008-2019 », Revue EL-Manhel Economique, Vol: 04 - N°:03.
- BENBOUABDELLAH.A (2016), « La bancassurance 10 ans Après », revue de l'assurance n°14.
- CANATA.R (1998), « la banque italienne : les rapports banque-assurance » banque magazine n° 149.
- GEUNANE, « la bancassurance en Algérie : Enjeux et perspectives d'avenir ».
- HAMOUL.T (2016), « Les déterminants de la bancassurance en Algérie »,

Bibliographie

revue Algérienne de l'économie et finance n°05.

- TLIL.H (2009) « La bancassurance et l'assurance vie : Toutes les chances pour réussir, qu'en disent les acteurs ? », revue Africain manager d13/04/2009.
- YAHYAOUI.T (2005), « Les codes des assurances, principales nouveautés », ALMALIYA, revue trimestriel du MEF, « Secteur financier » n°2, Octobre 2005.

Mémoires et thèses

- BAHMED.K (2011/2012), « La bancassurance en Algérie: cas de la CNEP-banque de Tizi Ouzou », université de Bejaia.
- BELHOCINE.OU (2008/2009), « La bancassurance en Algérie : réalité et perspectives », Mémoire de fin d'études, Ecole supérieure des banque.
- BELKADI.S (2010/2011), « Les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie », Mémoire de fin d'étude, université de Tizi Ouzou.
- HALICHE.R et CHARCHOUR.Y (2018/2019), « La pratique de la bancassurance en Algérie : Etude de du partenariat AMANA-BADR, BNA-AGLIC, mémoire de fin d'étude, université de Tizi Ouzou.
- LAMHOUNE.S et SAIDOUNE.OU (2011/2012), « La bancassurance en Algérie : réalité et perspectives », mémoire de fin d'étude, université de Bejaia.
- MERRAD.S et TALOUANOU.N (2020/2021), « La pratique de la bancassurance en Algérie réalité et perspectives : Cas CNEP-banque AKBOU », Mémoire fin d'étude, université de Bejaia.
- ZERARI.A et ZIANE.S (2022/2023), « Le développement de la bancassurance en Algérie : Cas de la CNEP-banque Bejaia », Mémoire de fin d'étude, université de Bejaia.
- BERBACHE.L et BAKIRI.F (2015/2016), « La Bancassurance : enquête par questionnaire auprès des agences bancaires de la wilaya de Bejaïa », Mémoire de fin d'étude, Université de Bejaïa.

Textes réglementaires

- Journal Officiel de la République Algérienne N° 15.
- Article 62 de l'ordonnance n°96-07 du 25 janvier 1995, relative aux assurances modifié et complété par la loi 06/04 du 26 février2006.
- Article n° 252 de l'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995, relative aux assurances modifie et complétée la loi n°06-04 du 20 février 2006.
- Article n°60 de l'ordonnance95-07 relative aux assurances.

Bibliographie

- Ordonnance n° 03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.
- Décret exécutif n°07-153 du 22 mai 2007 fixant les modalités et conditions de distribution des produits d'assurance par les banques.

Sites web

- <http://www.djazairess.com/fr/latribune/82> , consulté le 26/03/2024
- <http://www.djazairess.com/fr/liberte/93342/>, consulté le 11/04/2024.
- <https://cna.dz/event/assurance-de-personnes-realite-et-perspectives/>. consulté le 25/03/2024.
- <https://l'algeriennevie.dz/produits/assurance-warda/>, Consulté le 18/05/2024.
- www.cnepbanque.dz/, consulté le 10/04/2024.
- <http://www.djazairess.com/fr/horizons/14384/>, consulté le 26/03/2024.
- <https://cna.dz/event/assurance-de-personnes-realite-et-perspectives/>, Consulté le 25/03/2024.
- <https://cna.dz/event/assurance-de-personnes-realite-et-perspectives/>, consulté le 25/03/2024.
- <https://gam.dz/assurance-agricole/>, consulté le 25/03/2024.
- <https://WWW.bna.dz/>, consultée le 17/05/2024/
- <https://www.lafinancepourtous.com/pratique/assurance/assurances-famille-loisirs/la-garantie-des-accidents-de-la-vie/>, consulté le 25/03/2024.
- <https://www.mapa-assurances.fr/Questions-frequentes/Lassurance/node589/>, Consulté le 25/03/2024.
- www.l'algeriennevie.dz/, Consulté le 17/05/2024.

Annexes

Questionnaire adressé aux clients

**Notre thème la bancassurance en Algérie
Entre Théorie et réalité (Cas de la BNA Banque)**

Chers clients de la Banque Nationale d'Algérie (BNA) :

Dans le cadre de la réalisation de notre mémoire de master en économie monétaire et bancaire à l'université de Bejaia. Ce questionnaire vise à explorer la relation entre la théorie et la réalité de la bancassurance dans le contexte algérien. Ces éléments de réponse contribueront à la réalisation de ce travail.

Nous vous remercions infiniment d'avoir accepté de participer à notre enquête.

1. Votre sexe :

- Homme
Femme

2. Quelle est votre âge :

- Moins 25
Entre 25 et 35 ans
Entre 35 et 45 ans
Entre 45 et 55 ans
Plus 55 ans

3. Votre niveau d'études :

- Primaire
Moyen
Secondaire
Universitaire

4. Vous êtes :

- Etudiant
- Salarié
- Retraites
- Entreprise publique
- Entreprise privée

5. Connaissez-vous la bancassurance:

- Oui
- Non

6. Si "oui" comment :

- Par un ami ou la famille
- Par les médias
- Internet
- Autres

.....

7. Si Non Êtes-vous intéressé de connaître ce produit ?

- Oui
- Non
- Connais déjà le produit

8. Avez-vous déjà souscrit a des produits bancassurance proposés pas Votre la banque BNA :

- Oui
- Non

9. Si oui Citez le produit

.....
.....

Annexes

10. Comment trouvez-vous le prix des produits d'assurance offert par la banque BNA :

- Assurance de voyage Très cher Cher Pas cher
- Décès invalidité (consommation) Très cher Cher Pas cher
- Décès invalidité (immobilier) Très cher Cher Pas cher
- Assurance Warda Très cher Cher Pas cher

11. Depuis combien de temps être vous assurée ?

- Moins d'un Moins
- Entre 1 mois et 6 mois
- Entre 6 mois et 12 mois
- Plus de 12 mois

12. Pour quelle raison avez-vous choisi ce canal ?

- La confiance envers votre banque
- La fidélité envers votre banque
- Le prix
- Qualité de produits
- Autre
-

13. Comment a Était votre expérience auprès de La BNA :

- Très satisfaisant
- Satisfaisant
- Moyens satisfaisant
- Pas satisfaisant

14. Avez-vous rencontré des Difficultés lors de la souscription des produits d'assurance via votre banque ?

Oui

Non

Si "oui", quels sont ses difficultés ?

.....
.....

15. Dans quelle mesure votre expérience réelle avec la bancassurance correspond-elle aux attentes théoriques ?

.....
.....

16. y a-t-il des produits ou des fonctionnalités spécifiques que vous aimeriez voir ajoutés aux offres de cette branche ?

Oui

Non

Si "oui", quels sont ces produits ?

.....
.....

17. Avez-vous déjà eu des difficultés à obtenir des informations sur les garanties et les exclusions des contrats d'assurance proposés par votre banque ?

Oui

Non

18. Qu'est-ce qui vous a le plus satisfait dans votre expérience avec la bancassurance à la BNA ?

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

19. Quels sont, selon vous, les avantages de souscrire à des produits d'assurance via votre banque plutôt que par d'autres canaux ?

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

20. Quels sont, selon vous, les inconvénients de souscrire à des produits d'assurance via votre banque plutôt que par d'autres canaux ?

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

21. Avez-vous des suggestions pour améliorer l'efficacité de la bancassurance en Algérie?

Citez :

.....
.....

Table des matières

<i>Dédicace</i>	2
<i>Remerciement</i>	4
Liste des abréviations	5
Liste des tableaux	7
Liste des figures	8
Introduction générale	1
Chapitre I.....	4
Genèse et fondements de la bancassurance	5
INTRODUCTION	5
Section 1 : Définition et historique de la bancassurance.....	5
1.1 Définition de la bancassurance :	7
1.2 Historique de la bancassurance.....	10
Section 2 : Le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie.....	11
2.1 Avant la loi n°06/04 du 20/02/2006	11
2.2 Après la loi 06/04 du 20/02/2006.....	12
SECTION 3 : les enjeux de la bancassurance.....	13
3.1 Les avantages de la bancassurance	14
3.1.1. Les avantages pour la banque	15
3.1.2. Les avantages pour les compagnies d'assurances	16
3.1.3. Les avantages macro et micro-économiques.....	16
3.2. Les limites de la bancassurance	17
3.2.1. Les limites pour la banque	18
3.2.2. Les limites pour les compagnies d'assurances	19
3.2.3. Les limites macro-économiques.....	20
Conclusion.....	21
Chapitre II : Application de la bancassurance En Algérie	21
Introduction.....	21
1. Les produits d'assurance distribuée par la banque en Algérie.....	23
1.1 Les produits d'assurance de personne	24
1.2 Les produits d'assurance de dommage	24
1. Les conventions de la bancassurance en Algérie	25
1.1 Le partenariat entre la CNEP-banque et Cardif- el Djazair	25
1.2 Le partenariat entre la BNA-banque et AGLIC.....	25
1.3 Le partenariat entre la SAA et BADR.....	26

1.5	Le partenariat entre la BNA et la CAAT	26
1.6	Le partenariat entre la BEA et la CAAT	26
1.7	Le partenariat entre La Société Générale Algérie et AXA	26
1.8	Le partenariat entre le CPA et la CAAR- CARAMA	27
2.	L'évolution chiffrée de la bancassurance en Algérie.....	27
2.1	Analyse de la Performances de la bancassurance en Algérie	27
2.2	Performance de la bancassurance en Algérie en fonction de la nature du capital de l'entreprise d'assurance.....	28
2.3.	Performance de la bancassurance en algerie en fonction de l'appartenance à une banque	30
2.4	Analyse de la part de marché de la bancassurance en Algérie	31
2.5	Evolution du chiffre d'affaires de la bancassurance par rapport au marché de l'assurance.31	
2.5.1	Répartition de la part de marché de la bancassurance en Algérie par branche.....	33
	Conclusion.....	34
	Section 3 : les obstacles entravant la bancassurance en Algérie.....	35
1.	Les obstacles liés à la réglementation bancaire.....	35
2.	Les obstacles liés à la réglementation des assurances	35
3.	les obstacles d'ordre culturel de la bancassurance en Algérie.....	35
	Conclusion	Erreur ! Signet non défini.
	Chapitre III : Pratique de la Bancassurance au niveau de la BNA, Agence 356, Bejaia	38
	Introduction.....	39
	Section 1 : Présentation de la Banque Nationale d'Algérie et son partenaire L'Algérien vie et leurs produits	39
1.	Présentation de la Banque Nationale d'Algérie.....	39
2.	Présentation de la compagnie d'assurance AGLIC (Algerian Gulf Life Insurance)	39
3.	Les produits de bancassurance commercialisés par la BNA	41
3.1	Assurance Voyages et Assistance (AVA) :.....	41
3.2.1	Assurance Décès Emprunteur « crédit immobilier »	43
3.2.2	Assurance Décès Emprunteur « crédit à la consommation ».....	44
3.	Assurance Warda.....	44
4.	Carte Elite.....	45
	Section 2 : Présentation de la méthodologie de notre travail	46
1.	L'objectif de l'enquête.....	Erreur ! Signet non défini.
2.	L'échantillonnage.....	Erreur ! Signet non défini.
3.	Le mode de distribution du questionnaire	46
4.	Analyse les résultats du questionnaire et le chiffres d'affaire de BNA	47
	Section 03 : Analyse descriptive des données	47

Table des matières

3.1 Analyser les donnée du questionnaire.....	47
3.2: Evolution de chiffre d'affaire bancassurance de la BNA 356.....	63
Conclusion	65
Conclusion générale.....	66
Bibliographie	68
Annexes	72
Table des matières	87

Résumé

La bancassurance est un modèle économique présent dans de nombreux pays, elle fusionne les secteurs de la banque et de l'assurance, offrant ainsi une gamme de produits financiers plus diversifiée aux clients, via les canaux de distribution des banques.

En Algérie la loi 06-04, du 20 février 2006, a ouvert la voie à la distribution des produits d'assurance par les banques. Celles-ci ont commencé à commercialiser des produits d'assurance à partir de 2008 en établissant des partenariats avec des compagnies d'assurance.

L'objectif de ce travail de recherche était de voir l'état de progression de la bancassurance en Algérie, ainsi que les obstacles entravant son développement, et cela à travers un questionnaire de 109 clients de la BNA banque, nous avons aussi mené, une étude sur la base des données statistiques que nous avons pu obtenir auprès de notre organisme d'accueil tout au long de la période de notre stage.

L'étude que nous avons menée nous a permis de constater que la progression de la bancassurance en Algérie est satisfaisante, néanmoins les banques doivent fournir des efforts supplémentaires afin de pallier aux inconvénients entravant son développement notamment par la prise en compte des réponses des clients dans notre enquête, concernant la méconnaissance des produits bancassurance, le renforcement des éléments favorisant l'amélioration de l'expérience client, la considération du souhait des clients de voir la commercialisation de nouveau produit bancassurance.

Mots Clés : banque, assurance, bancassurance

Summary

Bancassurance is an economic model present in numerous countries, merging the banking and insurance sectors to offer clients a more diversified range of financial products through bank distribution channels.

In Algeria, Law 06-04 of February 20, 2006, paved the way for banks to distribute insurance products. These banks began marketing insurance products starting in 2008 by establishing partnerships with insurance companies.

The objective of this research was to assess the progression of bancassurance in Algeria, as well as the obstacles hindering its development, through a survey of 109 clients of BNA Bank. Additionally, we conducted a study based on statistical data obtained from our hosting organization throughout our internship period.

Our study allowed us to observe that the progression of bancassurance in Algeria is satisfactory. However, banks must exert additional efforts to overcome the disadvantages hindering its development, particularly by considering client responses in our survey. This includes addressing client unfamiliarity with bancassurance products, strengthening elements that enhance the client experience, and considering client preferences for the introduction of new bancassurance products.

Keywords: bank, insurance, bancassurance