

Mémoire présenté pour l'obtention
du diplôme de l'IFID (Troisième Cycle)

(FILIERE BANQUES - 27^{ème} Promotion)



LA BANCASSURANCE :

Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

Réalisé et présenté par : Encadré par :

Mr. Mohamed AMMI Mr. Habib BEN HESSINE

Mr. Said HADDOUCHE

Soutenu le 17/12/2009 à Tunis

**« La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour
la BADR »**

Sommaire

Remerciements Introduction

Partie I : La configuration des acteurs de la bancassurance

- 1) La banque
- 2) L'assurance
- 3) Le rapprochement entre les deux activités

Partie II : Approche théorique de la bancassurance

- 1) Les fondements de la bancassurance
- 2) Les enjeux de la bancassurance
- 3) La bancassurance dans le monde

Partie III : La bancassurance en Algérie

- 1) La réalité et l'état du secteur bancaire et d'assurances en Algérie
- 2) Analyse du contexte global de la bancassurance en Algérie
- 3) La bancassurance à la BADR, une nouvelle expérience et un programme ambitieux
- 4) Entraves et pistes d'amélioration

Conclusion générale Bibliographie

Annexes

Table des matières

Remerciements

Le présent mémoire n'aurait pas vu le jour sans l'aide bienveillante et le dévouement d'un certain nombre de personnes qui, par leur présence et leurs conseils, m'ont apporté leur soutien. Je les en remercie, et m'excuse de ne pouvoir toutes les citer. J'aimerais remercier tout particulièrement :

Monsieur **Habib BENHESSINE**, Directeur Central assurances vie et développement stratégique à « Maghrébia Assurances » et Enseignant à l'IFID, pour avoir encadré et dirigé mon projet de fin d'études ;

Monsieur **SAID HADDOUCHE**, Directeur du projet Bancassurance à la BADR, pour sa collaboration ;

Monsieur **Ahmed ISSAAD**, Responsable du projet Bancassurance à la CAAR, pour son professionnalisme et sa bonne humeur ;

Mes remerciements s'adressent également aux bibliothécaires de l'ESB, pour leur disponibilité et leurs concours précieux lors de mes recherches documentaires ;

Plusieurs de mes collègues de promotion, qui m'ont soutenu et aider pour la réalisation de ce travail.

Introduction

L

' un des changements les plus significatifs dans le secteur des services financiers depuis seulement quelques années est l'apparition et le développement de la bancassurance. L'accentuation de la désintermédiation financière conjuguée à l'impératif de

rentabilité et de compétitivité, a vivement poussé les banques à élargir leur champ d'action pour préserver leur leadership dans l'économie mondiale.

Progressivement, les banques ont facturé des produits complémentaires liés au compte courant, tels que les cartes de paiement, de crédit et de retrait, mais parallèlement, elles ont proposé d'autres services bancaires, moins étroitement liés au compte courant tels que la gestion de comptes d'épargne mais également des services d'assurance.

C'est ainsi que, durant les années 80-90, la distribution des produits d'assurance par l'entremise des guichets bancaires a commencé à se généraliser en Europe, et notamment en France, donnant naissance à un nouveau concept qui définit les divers rapprochements entre les banquiers et les assureurs, connu sous le nom de Bancassurance. Désormais, l'apparition et le développement de la bancassurance, durant ces dernières années, constituent l'un des plus significatifs changements dans le secteur des services financiers.

Mais ce terme ne recouvre pas uniquement une spécificité de distribution. D'autres caractéristiques, d'ordre légal, fiscal, culturel et/ou comportemental doivent être intégrées au concept de la bancassurance.

C'est en effet l'ensemble de ces caractéristiques qui peut expliquer les différences marquées de la bancassurance d'un pays à un autre. Alors

qu'elle domine très nettement sur certains marchés, représentant plus de deux tiers du chiffre d'affaires en assurance de personne, tel que le cas en Espagne et en France, d'autres marchés semblent ne pas l'avoir retenu comme modèle.

Ainsi le mot d'ordre de la bancassurance, est une voie de création de richesse dans laquelle les professionnels de la banque et de l'assurance devraient résolument s'engager pour financer le développement économique et social.

Depuis 1988, l'Algérie évolue progressivement d'une économie socialiste et dirigiste vers une économie de marché. Cette transition économique s'est par ailleurs accompagnée par de vastes réformes touchant l'essentiel du système bancaire et financier.

Dans ce cadre, la promulgation de la loi N° 06-04 du 20 février 2006 traduit la volonté et les efforts initiés par les pouvoirs publics pour relancer le secteur d'assurances.

Cette nouvelle loi a apporté un nouveau souffle à la profession d'assurance et bancaire en Algérie, en permettant notamment la faculté de distribuer des produits d'assurance par l'entremise des guichets bancaires.

Problématique :

Les établissements de crédit doivent rester à l'écoute de leurs clients et des marchés aujourd'hui. Ceci du fait que la rentabilité est plus que dans tout autre secteur économique, la condition de leur développement. Le traditionnel métier d'intermédiation financière est attaqué de deux bouts. Le développement de la finance de marché fera perdre probablement aux banques de gros clients parmi les grandes entreprises. Pour faire face à cette pression concurrentielle, les banques vont recourir au développement des commissions et essayer de réduire les frais généraux. La bancassurance apparaît comme un début de solution.

Il nous paraît judicieux de traiter la bancassurance à travers les raisons qui ont incité les banques à commercialiser les contrats d'assurance. Il est important de comprendre dans quel contexte et selon quelles logiques les banques ont été amenées à franchir la frontière traditionnelle séparant les activités de banques et d'assurance.

Notre travail essayera donc à évaluer le potentiel du marché algérien en matière de bancassurance et de cerner les perspectives de développement de cette nouvelle activité dans les banques algériennes.

Notre recherche s'articule autour de deux questions auxquelles nous nous efforcerons de répondre :

? Pourquoi la bancassurance en Algérie ?

? Quelle est l'utilité pour la banque de distribuer les contrats d'assurance ?

Aussi, nous prendrons le soin de répondre aux questions suivantes :

? Comment se fait la bancassurance en Algérie ?

? Quels sont les facteurs de réussite d'un tel lancement de la bancassurance dans une banque algérienne (La BADR) ?

Méthodologie de l'étude :

Pour ce faire, nous avons arrêté une méthodologie qui s'articule autour d'une étude théorique qui reprend une synthèse des littératures économiques et financières en matière de banque et aussi d'assurances, les expériences des pays précurseurs et une analyse pratique de lancement de l'activité de bancassurance dans une banque publique algérienne : La BADR.

Le premier exercice de lecture auquel nous nous sommes consacrés nous a révélé l'existence d'une littérature scientifique abondante sur la question. Les travaux sur la bancassurance sont animés par les chercheurs occidentaux. Cependant, les chercheurs issus des pays en voie de développement commencent à s'y intéresser.

La première source d'information a consisté en l'exploitation des sources documentaires disponibles sur la bancassurance. Ensuite, nous avons eu des entretiens avec des responsables des différentes banques commerciales et de compagnies d'assurance exerçant en Algérie.

Cependant, l'état primitif dans lequel se trouve la bancassurance aussi bien à la BADR que dans le reste des banques en Algérie a réduit considérablement l'étendue de notre cas pratique. En effet, il nous aurait été plus profitable d'effectuer des stages auprès d'une banque qui fait réellement de la bancassurance et de faire par la suite des simulations d'analyses.

INTERET ET ENJEUX DE LA RECHERCHE

L'intérêt d'étudier le développement de la bancassurance s'explique par trois raisons:

? L'objectif de cette étude est de mettre en évidence l'importance de la bancassurance, mais aussi de voir comment elle se met en place et s'articule concrètement à plusieurs niveaux.

? La seconde s'explique par les mutations que connaît le secteur avec l'avènement d'un environnement plus complexe et la libéralisation du secteur qui constitue un important défi qu'il faudra relever.

? Ainsi, l'intérêt du thème découle de la nécessité pour les banques et les compagnies d'assurances de se préparer en cette période d'ouverture pour opérer un reengineering qui semble être mis en cause par les profondes mutations que connaît le secteur.

Plan et structure du travail

Le thème choisi « La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR » s'inscrit dans une volonté de percer les mystères d'une nouvelle activité qui semblent être une innovation dans le système financier algérien vu tous les réaménagements dont son développement exige.

La première partie de ce travail présente la configuration des deux métiers essentiels à la bancassurance, la banque et l'assurance, elle est structurée autour de trois chapitres :

- Le premier chapitre aborde le métier bancaire et ses fondements ;
- Le deuxième chapitre met en avant la présentation du métier de l'assurance ; - Le troisième chapitre s'intéressera au rapprochement entre les deux activités.

La deuxième partie se donne comme objectif de mettre en valeur le concept de la bancassurance, ses fondements et ses enjeux, elle est aussi composée de trois chapitres :

- Le premier chapitre se consacre à la définition et fondements de la bancassurance - Le deuxième chapitre analysera les enjeux de la bancassurance ;
- Le troisième chapitre fait un tour d'horizon de la bancassurance au monde.

Enfin, La troisième partie sera réservée au traitement de la bancassurance en Algérie, elle est subdivisée comme suit :

- Le premier chapitre essaye de dresser un portrait du paysage bancaire et assurantiel en Algérie ;

- Le deuxième chapitre vise à présenter le nouveau cadre régissant la bancassurance ;
- Le troisième chapitre traitera le cas de la bancassurance à la BADR ;
- Le quatrième chapitre résume quelques entraves et pistes d'amélioration au sujet de la bancassurance en Algérie.

Partie I

Introduction et mise en place de la configuration des acteurs de la bancassurance : les banques et les compagnies d'assurances.

« La configuration des acteurs de la bancassurance »

Plan

Chapitre 1 : La banque

Chapitre 2 : L'assurance

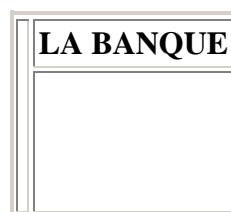
Chapitre 3 : Le rapprochement entre les deux activités



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

10

Chapitre 1



Chapitre 1

La Banque

Introduction

Élément clé de l'économie d'un pays, les banques jouent un rôle très important dans le développement du financement de l'économie. Elles contribuent à orienter l'argent de ceux qui en ont momentanément trop vers ceux qui en ont besoin.

Ce chapitre abordera l'aspect organisationnel de l'activité bancaire. Il est structuré selon les trois sections suivantes :

Tout d'abord, la première section présentera l'historique de l'activité bancaire et son évolution à travers les siècles jusqu'à notre époque contemporaine.

La seconde section, quant à elle, abordera brièvement ce qu'est l'entreprise bancaire, puis ses métiers de manière générale.

Enfin, la troisième section exposera l'organisation de la banque.

	LA BANQUE
Chapitre 1	

Section 1 : Historique

1.1 La banque dans l'antiquité

L'histoire de la banque suit les grandes étapes de l'histoire de la monnaie même si certaines opérations financières coutumières des banques, comme le prêt à intérêt, ont pu être relevées depuis la plus haute antiquité avant même l'invention de la monnaie.¹

On peut faire remonter l'origine de la banque à Babylone, où, dès le II^e millénaire av. J-C, le prêt sur marchandises (particulièrement les grains) se pratiquait déjà dans l'enceinte des temples.

En Grèce, des spécialistes, les Trapezi, dont les locaux sont protégés, reçoivent des dépôts et peuvent jouer un rôle d'intermédiaire notamment dans les commandites maritimes. Sous l'Empire romain, les financiers de l'époque, les Argentarii, jouent un rôle semblable, mais ajoutant à leurs activités l'avance de fonds pour le compte de leurs clients, moyennant intérêts.

Jusqu'au Moyen Âge, les activités de banque ne concerneront essentiellement que des opérations de caisse, le crédit restant rare. Cette situation typique de l'antiquité où il y a des banquiers mais pas de banque au sens institutionnel, va se perpétuer dans toute la période du haut moyen-âge.

1.2 La finance italienne et les premières banques

Pour désigner les banquiers au moyen-âge, on emploie le terme de « Lombards » car les italiens sont la clé de voûte du métier. En effet, les marchands italiens sont devenus dès le XI^{ème} siècle les principaux intermédiaires entre l'orient et l'occident méditerranéen. Ainsi, le *banco di scritta*, le tréteau qu'ils dressaient dans les foires, est à l'origine du mot banque.

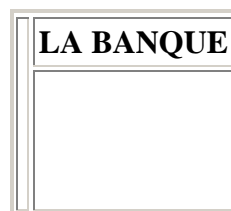
[1www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR 11

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

12

Chapitre 1



Cependant, les banquiers acquièrent une bonne notoriété et développent leur réseau de correspondant. C'est ainsi que la lettre de change devient un

véritable instrument de paiement où son utilisation est réservée aux grandes places mais la plus importante masse des opérations bancaires s'effectuent à Amsterdam où est fondée la banque d'Amsterdam en 1609, ou à Londres où apparaît la Banque d'Angleterre en 1694.

1.3 L'expansion bancaire depuis le XIXe siècle

Pendant la révolution industrielle, les banques jouent aussi leur rôle en favorisant l'industrialisation grâce aux comptes d'épargne.

C'est ainsi naissent les maisons de Haute Banques, qui, forts de solides fonds propres, attirent les gros patrimoines, et la gestion de fortune devient la base de leurs activités. La crise bancaire de 1907 puis les deux guerres mondiales et la crise de 1929 ne sont pas favorables à l'expansion du secteur bancaire. L'expérience prouve que la généralisation des banques centrales « prêteur de dernier ressort », ne garantit pas la stabilité financière, c'est le Trésor qui conduit toute la politique de crédit et les banques ont principalement un rôle de collecte.

1.4 La révolution bancaire à partir des années 80

Avec l'arrivée des changes flottants et le moindre souci de tenir son taux de change, les états relâchent largement leur emprise sur les banques, un vaste mouvement de dérèglementation du secteur bancaire voit le jour, les distinctions impératives entre banques de dépôts et banque d'affaires sont supprimées, la banque et l'assurance peuvent se mêler, de même, les banques peuvent devenir agent de change.

Le concept de la banque universelle tend à s'imposer en même temps que des concentrations ont lieu, c'est le décloisonnement en des banques d'affaires et des banques de dépôts. Ainsi la banque s'est imposée au cours des siècles jusqu'à devenir aujourd'hui omniprésente.

	LA BANQUE
Chapitre 1	

Section 2: Présentation de la banque et ses métiers

2.1 Définition de la banque

Il convient de définir la banque en adoptant trois approches : une approche **théorique** où la fonction d'intermédiaire financier est privilégiée, une approche **institutionnelle** liée à la notion d'établissement de crédit et une approche plus **professionnelle** qui reconnaît la diversité du métier de banquier².

? **La banque en tant qu'intermédiaire financier** est l'intervenant principal du processus de finance indirecte dite également finance intermédiée ou économie d'endettement, avec laquelle, un intermédiaire financier vient s'intercaler entre les agents économiques à capacité de financement et à besoin de financement. Cet intermédiaire financier emprunte aux agents à capacité de financement leur épargne en leur proposant des contrats de type contrats de dépôts, puis, il va prêter les capitaux ainsi collectés aux agents à besoin de financement en leur proposant des contrats de crédit.

? **La banque en tant qu'établissement de crédit** est une institution dont le statut et les opérations relèvent d'une législation spécifique, dite loi bancaire, traitant de la plupart des aspects de fonctionnement d'une banque et définissant l'activité bancaire.

? **La banque en tant qu'entreprise** ne connaît pas de cycle de production à l'instar des entreprises industrielles. On peut présenter la banque comme une entreprise de services à fonctions, statuts et activités fort différents³.

Les deux approches précédentes, relatives à l'entreprise bancaire, sont partielles dans la mesure où elles ne reflètent pas la grande diversité de l'activité bancaire. Le recours à la notion de métier permet de compléter la présentation de l'entreprise bancaire. Les différents métiers d'une banque seront développés dans la partie qui suit.

2 S. De Coussergues, Gestion de la banque, Dunod, Paris, 2002, p.01.

³ MIKDASHI Z. « Les banques à l'ère de la mondialisation », édition Economica ,1998. P.7.

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR 13

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR



2.2 Les métiers de la banque

Un métier se définit comme une activité articulée autour de couples produits-clients, d'un savoir-faire - appliqué à un marché - et de structures de production.

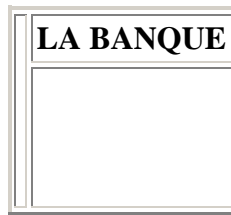
La banque de détail (ou de proximité) exerce son activité auprès de clientèles composées de particuliers, de professionnels et entreprises de petite taille ou moyenne. Elle distribue une gamme de produits ou de services spécialement conçus pour ce type de client, tels que les comptes d'épargne, les comptes courants, moyens de paiement, crédits, services divers dont la bancassurance.

La banque de financement et d'investissement appelée également banque d'affaires. Ce métier se définit par : la collecte des ressources sur les marchés de capitaux (hors particuliers), des opérations de financement et de prestations de services (ingénierie financière, gestion des risques, conseil en fusions et acquisitions, accompagnement sur les marchés pour les émissions de titres...) sur le créneau des grandes entreprises industrielles et commerciales (corporate), ainsi que la gestion pour son propre compte d'un portefeuille de participations. A l'instar de sa clientèle, la banque d'affaire a une dimension géographique internationale.

La gestion d'actifs et la banque privée appelée gestion pour compte de tiers, ce métier relève davantage de la prestation de services que de l'intermédiation financière. La gestion d'actifs consiste en effet à gérer des portefeuilles de titres pour le compte d'une clientèle composée d'investisseurs institutionnels (compagnies d'assurance...etc.) et d'organismes de placements collectifs en valeurs mobilières (OPCVM). Le mode de collecte des ressources n'est pas à prendre en considération puisque les sociétés de gestion d'actifs ne sont pas propriétaires des titres.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR



Section 3: Organisation de la banque

La Banque, point de rencontre des clients, produits et services et de relations multiples avec l'environnement réglementaire et professionnel, doit être à même d'intégrer tous ces éléments au sein d'une organisation complexe et efficace.

3.1 Typologie des fonctions bancaires

En essayant de bien préciser la relation entre la fonction et la structure concrète correspondante de la Banque, nous adopterons la typologie des fonctions en six grandes classes 4:

1. Les fonctions de Direction Générale

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

2. Les fonctions commerciales et assimilées

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

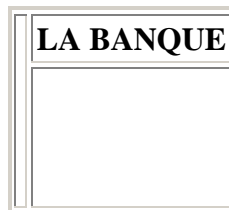
3. Les fonctions d'exécution

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

⁴P. Dupuch, LA BANQUE : Un essai d'organisation, Les Éditions d'Organisation, Paris, 1990 pp 155-158.



Chapitre 1



4. Les fonctions d'intendance générale

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

- Soit à effectuer certaines tâches pour l'ensemble des secteurs de la Banque, de façon analogue à certains services centraux, mais de façon plus en aval de l'activité bancaire. Nous énumérerons dans ce premier groupe les fonctions fiscale, comptable et contentieuse, ainsi que la fonction informatique.
- Soit à mettre à disposition ou gérer directement des moyens de logistique générale : personnel, immeubles, intendance, documentation, assurances...etc.

5. Les fonctions purement fonctionnelles

Ce sont essentiellement des fonctions d'organisation, de contrôle, de conseil et d'assistance, elles peuvent être concentrées au sein de directions ou services spécialisés ou réparties à des niveaux différents dans les divers secteurs de la Banque. Les fonctions les plus classiques sont celles : d'inspection, d'audit et de contrôle, d'évaluation des performances, d'organisation, d'assistance juridique et de communication interne.

6. Les fonctions administratives

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

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

	LA BANQUE
Chapitre 1	

? Sur le plan intérieur, la maîtrise de la nomenclature et de la diffusion des notes d'instruction et de procédure qui fixent les règles de fonctionnement interne de la Banque.

3.2 L'organisation des agences bancaires

L'essentiel des opérations bancaires de détail est traité par les guichets, à travers les différents services qu'une agence bancaire peut comporter. Nous avons jusqu'ici invoqué l'aspect organisationnel de l'activité bancaire et de ses fonctions en général. Pourtant, la majorité des services liés à l'activité bancaire s'effectuent au niveau des agences.

3.2.1. Les relations front-office/back-office

Le Front-Office est l'unité administrative d'un groupe qui traite les opérations de marché ainsi que les risques de taux et de change. Il est littéralement l'interface de la banque avec le marché. Il centralise et traite tous les besoins de la banque et de ses clients en termes de financement et de couverture.

En parallèle, le Back - Office est l'unité administrative au sein d'une banque, qui vise à assurer le traitement des opérations réalisées entre les trois unités en charge respectivement de la gestion des flux de trésorerie, de la gestion de l'endettement et de la gestion des risques. Plus généralement, et en particulier au sein d'une agence bancaire, un back office désigne toutes les fonctions administratives nécessaires à la bonne exécution d'un ordre ou d'une transaction. Le Back - Office suit le traitement « post -marché » des opérations: confirmation, paiement, règlement - livraison, comptabilité.

3.2.2. Les services de l'agence

Les services classiques que comporte traditionnellement une agence bancaire sont:

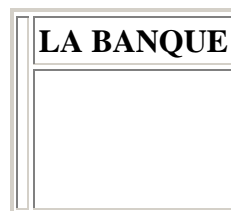
- ? Le service de la Caisse et du Portefeuille ; ? Le service crédit ;
- ? Le service bancaire étranger.

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR 17

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

18

Chapitre 1



Conclusion

Ces premiers développements ont permis de poser les fondements de l'activité bancaire, en présentant succinctement ses fonctions et ses métiers.

Les métiers de la banque sont divers, et il convient de bien les définir avant d'aborder toute étude portant sur la bancassurance.

La banque, cette entreprise qui vient de faire l'objet du présent chapitre, présente en effet le partenaire stratégique de l'assurance en matière de bancassurance. Le prochain chapitre abordera la présentation de ce deuxième partenaire : l'assurance.

Chapitre 2

Introduction

Le but de ce chapitre est de fournir une introduction générale de l'assurance, second acteur important dans la bancassurance, et de définir ainsi son intérêt.

Pour ce faire, nous avons jugé utile de partager le chapitre de la manière suivante :

Nous commençons par donner des repères historiques ayant marqué la naissance et l'évolution de l'assurance.

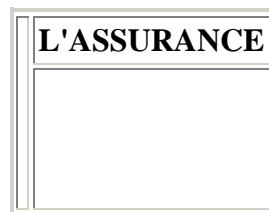
Ensuite, le travail sera focalisé sur la définition du concept et la présentation de quelques principes en matière d'assurance pour aborder enfin les produits d'assurances les plus connus.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

20

Chapitre 2



Section 1 : Repères historiques

1.1 L'assurance maritime dans l'Antiquité

Dès l'Antiquité, les peuples qui pratiquaient le commerce maritime ont cherché les moyens de se procurer la sécurité indispensable à leurs entreprises. Ce sont les périls de la mer qui ont révélé aux hommes la nécessité d'une assistance mutuelle, fondement du principe de l'assurance

parce que toutes les opérations commerciales d'envergure étaient réalisées par la mer.¹

Pratiqué par les Phéniciens, consacré par le droit romain, le « prêt à la Grosse Aventure » était connu et pratiqué dans l'Inde antique et à Babylone. Il s'agissait en fait d'une convention aux termes de laquelle, en cas de perte par fortune de mer, l'emprunteur était dispensé du remboursement de la somme prêtée sur le navire ou la cargaison, à charge de verser au prêteur, en sus de la restitution du principal, un intérêt « extraordinaire » également appelé profit, si l'expédition arrivait à bonne fin.

1.2 Naissance de l'assurance moderne

C'est à partir du XIV^e siècle que l'assurance est véritablement née à l'initiative des négociants florentins, génois et flamands. Alors apparaissent les premiers contrats d'assurance par lesquels un « assureur » s'engage envers un « assuré », moyennant le paiement d'une prime ou cotisation, à l'indemniser du préjudice que subissent ses biens par suite de la réalisation d'un risque de mer. La plus ancienne police d'assurance maritime connue porte la date du 22 avril 1329. Elle est conservée aux archives diplomatiques de Florence². Quant aux assurances terrestres, à la suite du grand incendie qui a ravagé plusieurs quartiers de Londres en 1666, fût la création en Angleterre des premières compagnies d'assurance incendie.

1 *Fédération Française des Sociétés d'Assurances.*

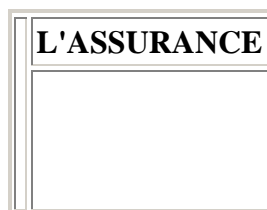
2 François Couilbant, Michel Latrassé, Constant Eliashberg, Les grandes principes de l'assurance, Éditions l'Argus, 1997, pp 14



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

21

Chapitre 2



Section 2 : Principes généraux de l'assurance

2.1 Définition

Une assurance est un service qui fournit une prestation lors de la survenance d'un risque. La prestation, généralement financière, peut être destinée à un individu, une association ou une entreprise, en échange de la perception d'une cotisation ou prime.

En se référant à la définition que donne le « lexique des termes juridiques » publié par Dalloz (édition 1972, page 31) l'assurance, serait « le contrat synallagmatique par lequel l'une des parties, l'assuré, stipule à l'assureur, moyennant le paiement d'une prime, le versement à son profil ou à celui d'un tiers, d'une prestation en cas de survenance d'un dommage ou de la circonstance prévue au contrat ».

D'une manière simple, l'assurance est un contrat passé entre une personne physique ou morale et une compagnie d'assurance qui la garantit contre les risques éventuels.

Juridiquement parlant « l'assurance est une convention par laquelle, en contre partie d'une prime, l'assureur s'engage à garantir le souscripteur en cas de réalisation d'un risque aléatoire prévu au contrat. »³

2.2 Le contrat d'assurance

Les types de contrats d'assurances les plus communs sont les contrats d'assurance vie et les contrats d'assurance dommage. On distingue les contrats d'assurance de personnes et ceux d'assurance de biens. Le contrat d'assurance fonde l'essentiel des droits et obligations de chaque partie. Il établit les conditions dans lesquelles le service sera rendu.

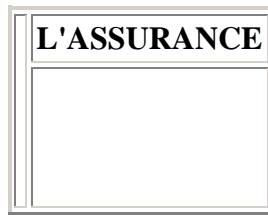
Le code des assurances algérien stipule que le contrat d'assurance doit mentionner obligatoirement les éléments suivant 4 :

3 Y. Lambert - Faivre, Droit des assurances, éditions Dalloz, 1995, pp 35.

4 Art. 7 de l'Ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR



- Les noms et domiciles des parties contractantes;
- La chose ou la personne assurée;
- La nature des risques garantis;
- La date de la souscription;
- La date d'effet et la durée du contrat;
- Le montant de la garantie;
- Le montant de la prime ou cotisation d'assurance.

Lors de la réalisation d'un des événements listés au contrat, l'assureur assiste l'assuré. Cette assistance est le plus souvent financière et prend alors la forme d'une indemnisation. Mais elle peut prendre d'autres formes, par exemple une assistance juridique ou un rapatriement pour une personne malade à l'étranger. L'assuré et l'assureur peuvent dénoncer le contrat à chaque échéance.

2.3 La question de l'assurabilité des risques

Il faut rappeler que le savoir faire fondamental de l'assureur réside dans la transformation d'un ensemble de risques individuels et aléatoires de pertes en un savoir approximativement certain de perte mutuelle à attendre, permettant de proportionner la prime perçue à la valeur moyenne estimée du sinistre. La notion d'assurabilité n'est pas univoque et il est particulièrement difficile d'en définir précisément les contours. Le marché de l'assurance repousse régulièrement ses limites en étendant les couvertures à des risques émergents ou complexes. Il faut rappeler enfin que l'opération d'assurance a ceci de particulier que les primes sont perçues avant que les charges ne soient payées.

L'intervalle entre les deux pouvant durer un grand nombre d'années. Pendant ce temps, l'assureur investit l'argent, moyennant certaines règles de prudence, afin d'être en mesure de dédommager les assurés le moment venu.



Chapitre 2



Section 3 : Les métiers spécifiques de l'assurance

3.1 Le rôle social et économique de l'assurance 3.1.1 Activité de service

L'assureur organise et gère la mutualité des assurés. C'est une activité de service qui appartient au secteur tertiaire de l'économie. L'assureur est au service des assurés :

- Puisque leur relation est échelonnée dans le temps :
 - Avant la souscription du contrat : conception, information, conseil, visite de risque ;
 - Pendant la souscription du contrat : confection des contrats ;
 - Après la souscription du contrat : règlement de sinistres.

Donc l'aspect commercial est d'une importance capitale dans le métier de l'assureur.

- Facteur de progrès :
 - Dans le passé, elle a contribué à l'essor du commerce maritime ;
 - Elle a toujours favorisé la prise de risque par les entrepreneurs et les investisseurs (assurance de chantiers, assurance incendie) ;
 - L'assurance laisse place à la notion de couverture de risque par des instruments financiers adaptés qu'offre le marché financier.

3.1.2 Aspects sociaux

L'objet fondamental de l'assurance est d'indemniser les victimes du sort.

- Elle donne les moyens de reconstruction du chantier en cas d'incendie;
- L'assureur verse des sommes à l'assuré en cas d'incapacité de travail.

Ainsi, son rôle est de protéger les patrimoines et les personnes :

- Protection des patrimoines :



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

24

Chapitre 2

L'ASSURANCE

- L'assurance permet aux assurés de se prémunir en cas de survenance de certains événements pouvant affecter leurs biens ;

- Les personnes qu'elles soient physiques (particuliers) ou morales (entreprises) peuvent occasionner des dommages à des tiers et être tenus de réparer les dommages d'où la création d'une dette de responsabilité.

- Protection des personnes :

- Certains événements peuvent frapper la personne dans son intégrité physique. Il s'agit notamment d'accidents corporels, maladies, décès, incapacité de travail,...etc. - Les victimes et proches pourront bénéficier de prestations versées par l'assureur.

3.1.3 Rôle économique

L'assurance a des conséquences favorables sur l'économie :

- Elle indemnise les victimes d'accidents et de maladies. Elle libère ainsi, la collectivité de la charge de ces dommages et permet de préserver le pouvoir d'achat et de consommation des particuliers ;
- Elle permet aux entreprises de continuer à fonctionner après le sinistre. Par conséquent, elle consolide l'emploi, la production et préserve le tissu économique ;
- Elle constitue un moteur essentiel de développement économique en :
 - Garantissant les investisseurs dans leurs décisions de prise de risques (par exemple : construction de gratte-ciel, de plates-formes pétrolières et le lancement de satellites commerciaux, ...) ;
 - Plaçant les trésoreries des assureurs sur les marchés immobiliers, financiers et monétaires.

3.1.4 Rôle d'investisseur

L'assureur perçoit les cotisations avant le commencement des risques et même le règlement des sinistres. Ainsi, il dispose de sommes considérables qu'il essaie de placer aux meilleures conditions auprès des marchés financiers et monétaires.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

25

Chapitre 2

L'ASSURANCE

3.1.5 Rôle de prévention

Par les conseils de ses ingénieurs et ses experts, l'assurance contribue à :

? La prévention des accidents en conseillant les assurés sur les risques qu'ils encourent et les moyens de prévention ;

? La diminution du nombre de victimes par l'application des recommandations des assureurs.

3.2 Les acteurs du marché des assurances 3.2.1 Les compagnies d'assurances

Les compagnies d'assurance sont des sociétés qui se livrent à la souscription et à l'exécution de contrats d'assurance tels que définis par la législation en vigueur. Les sociétés d'assurance agréées peuvent pratiquer les opérations d'assurance directement et ou par le biais d'intermédiaires agréés.⁵

Toutefois, les mutuelles d'assurances, sous forme d'associations, peuvent aussi pratiquer le métier d'assurance. Les cotisations sont toujours variables. Elles ne peuvent donc jamais pratiquer d'opérations impliquant une gestion en capitalisation. Elles ne travaillent jamais avec des intermédiaires.

3.2.2 Les intermédiaires d'assurances

A. Les agents généraux d'assurances

L'agent général d'assurance est le représentant ou mandataire d'une compagnie d'assurances qui place ses contrats auprès de la clientèle. À ce titre il engage la responsabilité de la compagnie (droit commun de la responsabilité). Il exerce une profession libérale.

5 Selon Art. 203 de l'ordonnance N° 95-07 relative aux assurances du 25 janvier 1995.

	L'ASSURANCE
Chapitre 2	

En amont de l'assurance, les agents généraux d'assurances analysent les risques de leurs clients, puis conseillent ces derniers sur les opportunités d'assurance et placent les risques auprès de leurs compagnies d'assurances, suivent la gestion des contrats au jour le jour, et assistent leurs clients en cas de sinistre de l'ouverture jusqu'à l'indemnisation.

B. Les courtiers

Le courtier en assurances possède le statut de commerçant et représente le client vis à vis des compagnies avec lesquelles il travaille. Il est chargé par des assurés de leur trouver les contrats les mieux adaptés et/ou au meilleur coût auprès des compagnies d'assurances (un assuré a donc le choix de passer directement par un agent ou indirectement par le biais d'un courtier). Cependant les produits d'un même assureur proposés par les courtiers et les agents ne sont pas exactement les mêmes.

Il y a parfois confusion entre courtier et agent général. Voici les principales différences entre ces deux catégories d'intermédiaires.

Tableau 1 : Les différences entre le courtier et l'agent général d'assurance

Courtier

Agent général d'assurance

Mandataire de l'assuré Mandataire de l'assureur

Personne physique ou morale Personne physique

Commerçant Profession libérale

Commission de courtage Commission d'agent général



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

26

Indépendance vis-à-vis de l'assureur (libre

choix)	Dépendance vis-à-vis de l'assureur (avec quelques exceptions)
--------	---

Portefeuille en propriété

Portefeuille propriété de la compagnie



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

27

Chapitre 2



3.2.3 Les experts

Ce sont des personnes choisies en fonction de leur compétence pour déterminer la nature, la cause et l'importance des dommages en cas de sinistre. Ainsi, il y a des experts d'automobile (les plus nombreux), d'incendie, de transport, d'objets d'art, médecins-experts pour les dommages corporels,...etc. L'assuré fait également appel à des experts, par exemple, pour l'expertise préalable en assurances Incendie ou, encore, s'il y a contestation avec l'assureur.

3.2.4 Les actuaires

Ce sont des personnes de niveau universitaire (Sciences Mathématiques et Actuarielles) qui, chez les assureurs, effectuent des calculs de probabilité notamment en Assurance-vie et Capitalisation (espérance de vie, valeurs de rachat, valeurs de réduction, etc.). Les actuaires s'occupent aussi des statistiques dont ils tirent des conclusions pour l'élaboration des tarifs toutes branches.

3.3 Les produits d'assurance

On distingue généralement deux branches principales : la branche vie et la branche non vie.

Tableau 2 : Les produits d'assurance

	Assurance non vie	Assurance vie et capitalisation
--	------------------------------	--

Automobile			.
Accidents corporels			.
Accidents du travail	.	Assurances individuelles	.
Transports			.
Incendie	.	Assurances de groupes	.
Assurances des catastrophes naturelles.			.
Responsabilité civile générale	.	Capitalisation	.
Vol			.
Grêle	.	Autres opérations	.
Crédit			.
Assistance			.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

28

Chapitre 2



Conclusion

Nous avons essayé dans ce chapitre de dessiner une trame qui retrace les différents aspects de l'assurance en général.

Pour rappel l'intermédiation en assurance est définie comme une activité qui consiste à présenter, proposer ou aider à conclure des contrats d'assurance ou à réaliser d'autres travaux préparatoires à leur conclusion.

L'assurance est une profession très règlementée. Il s'agit de préserver les intérêts des assurés. Les entreprises d'assurances doivent fonctionner selon les règles requises d'équité et de solvabilité.

Mais en contre partie ce métier présente des points communs avec l'activité bancaire dont on essayera de les développer dans le chapitre suivant.

Chapitre 3

Le rapprochement entre les deux activités

Introduction

Les sociétés d'assurance et les établissements de crédit sont considérés tous les deux comme des intermédiaires financiers puisque l'activité bancaire consiste en effet à collecter les dépôts et les transformer en faveur du public sous forme de crédits et celle d'assurance recueille des dépôts (primes) avec en contre partie une prestation reportée à bien plus tard sous forme de capital.

Le but de ce chapitre est de démontrer le rapprochement qui peut exister par excellence entre la banque et l'assurance. Ainsi on présentera dans une première section la relation entre les deux métiers d'une façon globale, on parlera dans la deuxième section des motivations à entreprendre pour lancer des stratégies d'alliance entre banques et assurances.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

LE RAPPROCHEMENT ENTRE LES DEUX ACTIVITÉS

Section 1 : La relation entre les deux métiers

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

Opérant depuis les principaux centres financiers mondiaux tels que Londres, New York ou Tokyo... etc., les intermédiaires financiers aident leurs clients à gérer leurs risques, à canaliser les fonds des épargnants et des investisseurs vers des sociétés à la recherche de

financement et facilitent la compensation et le règlement de paiements. intermédiaires financiers figurent les banques et les assurances.						Parmi les grands	Banques	
Nombre Revenu Part du Actifs Parts des						Fond Part des		
de (billion revenu (billions actifs						propres fonds		
Intermédiaires						(billions propres		
sociétés USD) total (%) USD) totaux						USD) totaux		
financiers (billions						(%)		
USD)								
56	1,44	43	21,33	64,3	0,91	52,8		Assureurs
48	1,39	41,6	7,63	23	0,56	32,8		Vie et santé
32	0,93	27,8	5,35	16,1	0,24	14		Dommages et accidents
16	0,46	13,8	2,28	6,9	0,32	18,8	Sociétés de services financiers	
6	0,35	10,5	2,7	8,2	0,17	10	Société de courtage	
5	0,16	4,8	1,51	4,6	0,07	4,4	Total	
115	3,34	100	33,17	100	1,72	100		

--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sources: Sigma rapport n° 07/2001, Swiss Re

Tableau 3 : Les plus grands intermédiaires financiers mondiaux, classés dans l'ordre de leurs revenus en 2000, sont majoritairement des banques et des assureurs.

1.1 Des intermédiaires financiers dans l'économie

Les intermédiaires financiers aident à orienter les capitaux dans l'économie en jouant l'un des deux rôles suivants (et parfois les deux) : celui de transformateur d'actifs et de courtier. Un transformateur d'actifs rassemble des actifs et les transforme en émettant des créances financières qui répondent mieux aux besoins des investisseurs en matière de liquidité, de contrôle et de risque de prix. Les intermédiaires financiers intervenant en

Chapitre 3	<i>LE RAPPROCHEMENT ENTRE LES DEUX ACTIVITÉS</i>

qualité de courtier proposent des services d'information et des transactions aux investisseurs.¹

En fait, banque et assurance appartiennent au même domaine d'activité, elles fournissent aux particuliers des moyens d'épargner en prévision de l'avenir et aux entreprises, des moyens pour financer leur croissance. Elles gèrent également les risques de ces deux catégories de clients.

Tableau 4 : Comparaison des avantages entre banques et assurances

Banques	Assurances
----------------	-------------------

· Liquidité : les banques fournissent des liquidités à brève échéance grâce aux dépôts des épargnants.

- Sécurité par rapport au risque de prix : les dépôts en banque, à la différence des actions et des obligations, offrent un rendement minimum garanti.
- Surveillance d'emprunts : les banques possèdent un savoir-faire dans le contrôle des demandeurs, la surveillance des emprunteurs et le recouvrement.
- Paiement : le savoir-faire mis en oeuvre par les banques pour les prêts (prévention de la fraude, analyse de crédit...etc.) leur permet d'exceller en matière de paiement.
- Protection des risques : c'est la principale proposition de valeur des assureurs grâce à leur pouvoir de diversification et du principe de mutualisation.
- Depuis que les assureurs ont repoussé les frontières de l'assurabilité, la portée de la gestion des risques a augmenté et englobe désormais de nouveaux services et produits.
- Les compagnies d'assurance offrent une proposition de valeur solide dans la gestion d'actif.
- Un assureur s'apparente à un fond de placement utilisant des fonds de tiers. Les fonds étant levés par la vente de polices d'assurance et non via des marchés des capitaux.

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

31

Source : Sigma n°07/2001, Swiss Re.

Les ménages et les entreprises ont désormais le choix entre souscrire une police d'assurance vie auprès d'une société d'assurance et/ou épargner auprès d'une banque. Dans

1 Les cahiers Sigma, n° 07/2001, Les centres financiers mondiaux : nouveaux horizons pour les compagnies d'assurance et les banques, Edition Swiss Re, pp 26.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

32

Chapitre 3

LE RAPPROCHEMENT ENTRE LES DEUX ACTIVITÉS

chacun des cas, ils renoncent à une maximisation actuelle de la consommation, afin de pouvoir faire face à des dépenses prévues ou imprévues à l'avenir.

1.2 La place de l'épargne dans les produits d'assurance et de banque

Les métiers de banque et d'assurance possèdent des éléments communs parmi lesquels on peut citer la relation de proximité, les similitudes dans la nature de la clientèle, la technicité des produits et la maîtrise des techniques financières. Pour bien comprendre la convergence entre les deux entreprises, il convient d'analyser la substituabilité des produits proposés par chacun des deux secteurs et de comparer les produits d'assurance qui se rapprochent des produits d'épargne bancaire.

Aujourd'hui, les assureurs ont compris qu'il fallait moderniser leur gamme, et ont ainsi conquis une part beaucoup plus importante du marché de l'épargne, en proposant des produits modernes qui pallient les inconvénients pesant sur les formules classique d'assurance vie. Ces produits sont plus proches de l'épargne bancaire. Les produits d'assurance vie peuvent se substituer désormais aux produits d'épargne bancaire. C'est l'une des motivations des banques à se lancer dans la commercialisation des produits d'assurance.

Tableau 5 : Les termes sensiblement équivalent utilisés par les banquiers et les assureurs

<i>Banque</i>	<i>Assurance</i>	Épargne
Prime	Retrait	
- Avance	Intérêt compte d'épargne	
- Rachat partiel		
- Bénéfices financiers - Bénéfices techniques	Clôture de compte	
Rachat total du contrat	Frais de tenue de compte	
Chargement de gestion		

--	--	--

Source : Recoupements personnels



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

33

Chapitre 3

LE RAPPROCHEMENT ENTRE LES DEUX ACTIVITÉS

1.3 Domaine de complémentarité

Du point de vue de l'offre, il existe des ressemblances dans la gamme des produits proposés, dans les possibilités de distribution, dans l'administration et la logistique.

Décidément, la banque et la compagnie d'assurance se trouvent aujourd'hui dans une ère de complémentarité tout azimut. L'activité bancaire et assurantielle dissimulent plusieurs éléments complémentaires et le rapprochement des deux métiers permettra une réelle diversification pour les deux entités².

? Rapports différents au temps

Le début d'une période d'épargne est lourde pour l'assureur, en effet les charges y afférentes ; à la constitution de provisions mathématique au passifs du bilan s'ajoutent le paiement des commissions à l'apporteur d'affaires (l'assureur individualise le coût d'acquisition de chaque affaire). Au delà d'un certain nombre d'années d'une épargne effective, l'assureur vie aura déjà amorti ses frais et il passe à une phase bénéficiaire de son exploitation.

Dans la banque, la situation est différente ; le banquier n'individualise pas le prix de revient de chaque affaire et généralement, il n'a pas d'intermédiaire à rémunérer les frais d'acquisition sont tout simplement confondus avec les frais annuels de fonctionnement des agences, donc

chaque nouvelle affaire contribue immédiatement à accroître le résultat financier du poste concerné.

Dans une phase de conjoncture économique favorable où les institutions accroissent leur chiffre d'affaires, les résultats de la banque vont accroître immédiatement alors que ceux de l'assurance vont se dégrader. Plus tard la situation se renversera puisque le profit de la banque va en diminuant alors que celui de l'assurance augmentera. Ce mécanisme nous démontre la complémentarité entre les deux institutions.

2 DANIEL Jean-Pierre, *Les enjeux de la bancassurance*, Editions De Verneuil, Paris, 1995, p.128.

Chapitre 3	<i>LE RAPPROCHEMENT ENTRE LES DEUX ACTIVITÉS</i>

? Sensibilité complémentaire aux taux d'intérêts

Selon KEREN Vered ³, les périodes d'inflation et de désinflation produisent des effets opposés pour les banques et les compagnies d'assurance, ainsi peuvent-elles s'épauler l'une à l'autre.

Généralement, la période d'inflation est plutôt favorable à l'activité bancaire, alors que la désinflation bénéficie au secteur de l'assurance.

Tableau 6 : Impact des périodes d'inflation et de désinflation sur la banque et la société

d'assurance.

	Périodes d'inflation	Périodes de désinflation
Effets sur la banque	FAVORABLE	DEFAVORABLE
	<ul style="list-style-type: none"> · Diminution de la valeur relative des annuités de remboursement. · Croissance de l'activité Crédit. 	<ul style="list-style-type: none"> · Hausse de la valeur relative des annuités de remboursement. · Stagnation de l'activité crédit.



Effets sur la compagnie d'assurance

DEFAVORABLE	FAVORABLE
<ul style="list-style-type: none">· Diminution du chiffre d'affaires de l'assurance vie.· Le rachat des contrats d'assurance vie.· La hausse de la valeur nominale des indemnisations de la branche dommage.	<ul style="list-style-type: none">· La hausse de la valeur du portefeuille obligataire due à la baisse des taux d'intérêts.· La valeur relative des indemnisations de la branche dommage diminue.

Source : recoupements personnels

3 KEREN Vered, La bancassurance, Editions Que Sais-je ?, Paris, 1997, pp.21 à 26.

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR 34

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

35

Chapitre 3

LE RAPPROCHEMENT ENTRE LES DEUX ACTIVITÉS

? Complémentarité au niveau du front office

Auprès du grand public, le banquier bénéficie d'une image de marque très importante, en effet, le banquier entretient des contacts réguliers avec son client. Il lui fournit quotidiennement des petits services allant des retraits de fonds jusqu'à l'autorisation d'un découvert bancaire, en passant par le règlement des chèques et opérations de caisse.

Moins fréquemment, le métier de l'assureur est généralement peu apprécié du public, le contact est plutôt accessoire qu'il s'agisse de l'assurance vie ou de l'assurance dommages, même dans le cadre d'un contrat de santé, où les échanges sont plus fréquents, les remboursements des frais

maladies se réalisent par la voie postale, sans aucune relation personnelle entre les deux parties.

En outre, lorsque le contact a lieu, c'est en principe lors d'occasions peu propices pour développer des relations de confiance. Dans ce cadre, le banquier a une meilleure relation avec le client que l'assureur, à cet effet, il s'agit d'une complémentarité dans l'image de marque des deux institutions.

Également, les banques ont bien réussi l'intégration de la technologie au niveau de leurs réseaux. D'ailleurs, l'automatisation, la télématique ainsi que le développement de la banque à réseaux ou de proximité, nous permettent de parler d'une certaine industrialisation des services. C'est par là où réside l'intérêt aux assureurs de bénéficier d'un certain effet de synergie en s'alliant avec une banque pour profiter des progrès technologiques sans trop investir.

On peut conclure qu'une complémentarité au niveau du front office peut se réaliser.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

36

Chapitre 3

LE RAPPROCHEMENT ENTRE LES DEUX ACTIVITÉS

Section 2 : Les motivations de ce rapprochement

Durant les dernières décennies, la rapidité de l'innovation financière et les réformes réglementaires ont entraîné des changements majeurs dans le paysage financier mondial. De nouveaux produits financiers et de nouveaux concurrents ont rejoint les rangs des acteurs établis.⁴

2.1 La désintermédiation financière

Grâce à l'innovation financière, à la baisse des coûts de la titrisation⁵ et à la présence d'acteurs de plus en plus avertis sur le marché, les émissions de

titres sont devenues la source principale de financement des grandes entreprises, détrônant ainsi les prêts bancaires. L'augmentation de la demande de titres par les fonds de pension et les fonds de placement a en outre favorisé les émissions de titres.

Du côté de l'offre, les progrès technologiques ont fait baisser les coûts, comprimant les marges des taux d'intérêt. Ce phénomène a encouragé de nombreuses banques de renom à se détourner des prêts au profit des revenus tirés des commissions.

2.2 La déréglementation

Si historiquement les dispositions législatives segmentaient le marché et garantissaient des monopoles sectoriels aux différents établissements financiers, la déréglementation des années 80 a remis en cause ces monopoles et a favorisé la concurrence.

Les changements réglementaires influent sur l'évolution des marchés financiers et subissent également son influence. De nombreux pays ont entrepris des réformes réglementaires en vue de faciliter le développement du secteur des services financiers. Ainsi en France par exemple, la déréglementation a permis aux réseaux de la poste et des caisses d'épargne de devenir des concurrents très sérieux des banques.

4 *Op. cit.*, Les cahiers Sigma n°07/2001, pp 33

5 Une technique d'ingénierie financière consiste à transformer certaines créances bancaires non liquides en titres liquides et négociables.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

37

Chapitre 3

LE RAPPROCHEMENT ENTRE LES DEUX ACTIVITÉS

2.3 La mondialisation

La déréglementation a joué un rôle central dans la mondialisation des services financiers et la convergence des prestations de services financiers dans certains secteurs. Le Fonds Monétaire International définit la mondialisation de la finance et des risques financiers à l'aide de quatre critères⁶ :

1. Finance de précision grâce à la technologie : la capacité de dégroupier, grouper, tarifer et redistribuer des risques financiers;
2. Intégration des marchés financiers et des acteurs dans un seul marché mondial;
3. Dissipation des frontières entre les institutions financières ;
4. Formation de conglomérats financiers mondiaux qui fournissent des services intersectoriels.

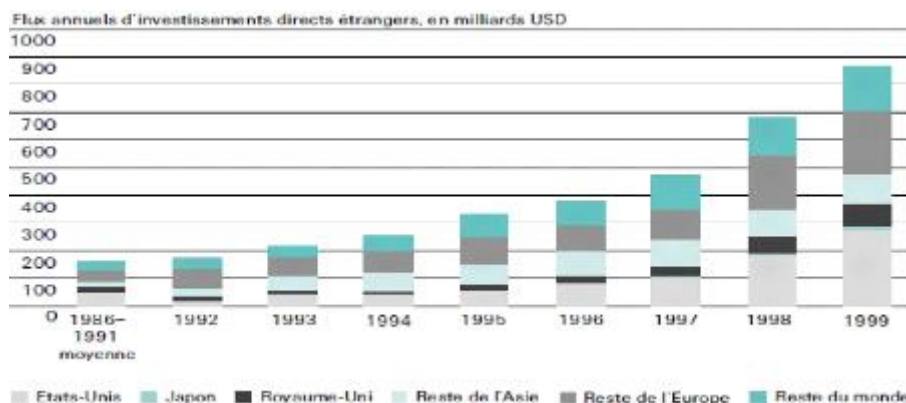


Figure 2 : La solide croissance des investissements directs étrangers met en lumière la progression de la mondialisation (Source : Sigma n° 7/2001, Swiss Re)

La mondialisation des marchés s'est accélérée au cours des récentes décennies. Les frontières nationales, les fuseaux horaires et les distances géographiques ne représentent plus des obstacles à la levée internationale ni à l'allocation de capitaux.

6 Source : FMI, « International Capital Markets », Annexe V, Septembre 1998.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

Chapitre 3

LE RAPPROCHEMENT ENTRE LES DEUX ACTIVITÉS

Les progrès technologiques et la détente au niveau de la surveillance des capitaux ont permis aux entreprises d'investir et de lever des fonds à l'étranger plus facilement. Les flux d'investissements directs étrangers mondiaux ont augmenté à un rythme progressif, les institutions financières ont franchi les frontières régionales et sectorielles pour satisfaire les besoins de leur clientèle internationale et pénétrer de nouveaux marchés⁷.

L'émergence de grands groupes financiers tels que Citigroup, HSBC, ING, Zurich et Allianz est aussi le reflet des forces de la convergence. Toutefois la convergence ne se limite pas aux opérations de fusion et d'acquisition. Elle peut également engendrer des partenariats qui permettent aux institutions financières de réaliser des ventes croisées de leurs produits, d'équilibrer des profils de risque différents, de partager des services et d'obtenir l'accès à de multiples canaux de distribution.

2.4 Les avancées technologiques

Les avancées technologiques donnent en outre naissance à de nouveaux instruments financiers qui permettent aux entreprises et aux institutions financières de revoir les positions de leurs bilans. La capacité de dégroupier et de regrouper les risques financiers offre à une institution une plus grande flexibilité, lui permettant de s'adapter à son profil de risques préféré. La technologie permet également de minimiser l'importance des frontières nationales. Des institutions financières virtuelles (comme des banques ou des assureurs) existent d'ores et déjà et pourraient occuper une place de choix.

2.5 Le développement de l'épargne assurance

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



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

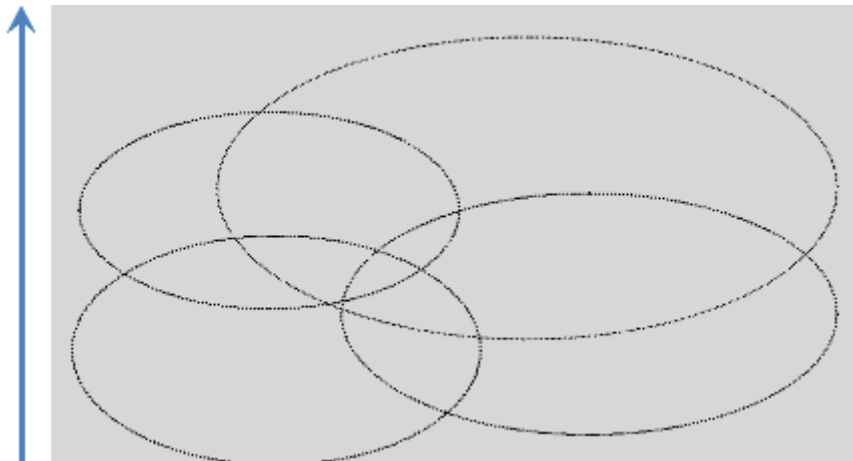
39

Chapitre 3



Des produits d'assurance vie nouveaux et rentables, le développement démographique et les engagements publics dans le domaine de prévoyance pour la vieillesse ont aussi favorisé l'augmentation du volume des primes.

Figure 3 : La convergence des intermédiaires financiers aura lieu, mais uniquement dans des domaines spécifiques où leurs services se chevauchent.



Liquidité croissante des engagements

Banques d'investissements / Société de courtage

Fond de placement et fond de pension

g

d

f

e

b

Banques commerciales

Assurances

c

i

a

Intensité croissante des capitaux

Source: Swiss Re Economic Research & Consulting

a Souscription de risque

b Titrisation de risques

c Prêts commerciaux

d Gestion d'actifs

e Émission de titres

f Distribution de titres

g Conseil et fusions et acquisition

h Système de paiement

i Bancassurance



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

Chapitre 3

LE RAPPROCHEMENT ENTRE LES DEUX ACTIVITÉS

Conclusion

Bien que de nombreux types de banques et d'assurances différents soient en concurrence sur le marché de la gestion des actifs et des risques, chacun d'entre eux présente certains atouts fondamentaux. Ainsi, les banques se concentrent sur la collecte d'actifs, les prêts et les services de paiement. Les assureurs souscrivent, gèrent et financent les risques.

Toutefois, le phénomène de globalisation est un processus multidimensionnel qui allie des transferts de technologie, des mouvements de marchandises et des flux de capitaux. Cette composante financière met en évidence le rôle essentiel joué par les banques et les compagnies d'assurance.

Dans un environnement concurrentiel avec de profondes mutations, les banques et les compagnies d'assurances s'efforcent d'offrir à leurs clients des services novateurs répondant mieux aux exigences du marché.

Donc, un rapprochement entre banque et assurance paraît plus que jamais nécessaire pour les deux côtés au moins pour assurer leurs survies.

Mais la question qui se pose maintenant ; comment se fait ce rapprochement ?

La réponse à cette question constitue le développement des parties suivantes.

Partie II

Fondements théoriques et conceptuels de la bancassurance

« Approche théorique de la bancassurance »

Plan

Chapitre 1 : Les fondements de la bancassurance Chapitre 2 : Les enjeux de la bancassurance Chapitre 3 : La bancassurance dans le monde



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

42

Chapitre 1

LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE

Chapitre 1

Les fondements de la bancassurance

Introduction

On a essayé à travers le chapitre précédent de démontrer le rapprochement entre les banques et les assurances en matière d'activité et de prestations de service.

La bancassurance figure, en effet, le concept de rapprochement entre les deux métiers.

Quoi qu'il en soit, le succès fulgurant de la bancassurance dans certains pays est devenu incontournable pour les banquiers et les assureurs dans le monde entier qui cherchent à reproduire les succès existants.

A priori, les concepts de la bancassurance restent vagues et nécessitent d'être explicités. Ainsi, le chapitre premier de la présente partie, sera consacré à la présentation de la bancassurance, à ses fondements théoriques et ses aspects pratiques.



Chapitre 1

LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE

Section 1 : Le concept de la bancassurance

Au cours des deux dernières décennies, la bancassurance est devenue un canal de distribution incontournable sur de nombreux marchés assurantiels. La perspective de pouvoir proposer des services financiers via un guichet unique et explorer des segments de clientèle qui, autrement, seraient difficilement accessibles, a conduit de nombreux professionnels de l'assurance à envisager la vente par l'intermédiaire de succursales bancaires¹.

La présente section a pour objectif premier de donner un aperçu du concept de bancassurance et d'en présenter ses atouts.

1.1 Origine de la bancassurance

La distinction entre une banque et une société d'assurance relève du passé, l'assurance fait aujourd'hui partie intégrale du paysage financier. Depuis les années 1970, les banques et les sociétés d'assurance se sont associées pour créer la bancassurance.

Au début des années 70, les ACM (Assurances du Crédit Mutuel) Vie et IARD² en France obtiennent leur agrément, marquant ainsi l'histoire de l'assurance. L'idée leur est venue de se passer d'intermédiaire pour l'assurance des crédits emprunteurs, et de devenir eux-mêmes assureur de leurs propres clients de banque. Ils sont ainsi devenus les précurseurs de ce que l'on nommera quinze ans plus tard « la Bancassurance »³.

De leur côté, les Espagnols se lancent dans la bancassurance au début des années 80, quand le groupe BANCO DE BILBAO acquiert une part majoritaire de EUROSEGUROS SA (dont la dénomination originelle est LA VASCA ASEGURADORA SA, constituée en 1968). Aujourd'hui les cinq

premiers bancassureurs espagnols détiennent un tiers du marché (VIDA CAIXA, BBVA, SHC SEGUROS, ASEVAL, MAPFRE VIDA).

1 Sigma n° 5/2007 : La bancassurance : tendances émergentes, opportunités et défis, Editions Swiss Re, pp 5

2 IARD : Incendies, Accidents, et Risques Divers.

3 Marjorie Chevalier, Carole Launay et Berangère Mainguy, La Bancassurance, Éditions Groupe SCOR 2005.pp2



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

44

Chapitre 1

LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE

Cependant, d'un point de vue purement historique, les véritables pionniers furent les britanniques avec la création de Barclays Life en septembre 1965. Cette filiale n'eut pas un franc succès, tout comme le concept de bancassurance d'ailleurs.

Ceci nous conduit à conclure que l'Europe est le berceau de la bancassurance, ce qui explique en partie la dominance des marchés bancassureurs européens.

Commencement	Maturité	Diversification	Concentration
1975 - 1985	1985 - 2000	2000 - 2005	Aujourd'hui
Coopérations externes/ création de filiales (interne)	Offres publiques d'achat/ croissance externe	Alliances Partenariats	Rachats
Simple distribution	Intégration de services	Approche personnalisée	

Source : **La Bancassurance, Focus**, Scor Vie, 2005, *Op.cit.*

Figure 4 : Historique de la bancassurance

1.2 La définition de la bancassurance

Ce nouveau néologisme d'origine française, couvre une large gamme d'accords entre les banques et les compagnies d'assurance, qui, dans tous les cas, comprend la fourniture de produits bancaires et assurantiels à la même source ou à la même clientèle. En général, le terme bancassurance est utilisé pour désigner les efforts des banques pour pénétrer le marché de l'assurance, alors que le terme Assurfinance décrit la même approche mais suivie par les assureurs comme stratégie de diversification vers l'activité bancaire.

Par ailleurs, la bancassurance est une notion pouvant être interprétée de diverses façons. On n'en trouve pas de définition claire ni dans la pratique, ni dans la théorie. Comme il y a une multiplicité de stratégies, il n'y a pas un modèle standard de bancassurance, voire même dans le même pays. La littérature en la matière donne diverses définitions pour décrire le phénomène.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

45

Chapitre 1

LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE

Le terme de bancassurance désigne généralement la distribution de services d'assurance par des banques. D'après le dictionnaire LAROUSSE, la bancassurance se définit comme la pratique des opérations d'assurance par les banques.

J.P., Daniel (1992) explique les raisons du succès de la commercialisation des contrats d'assurance vie dans un réseau bancaire. Il affirme que plus de la moitié des contrats d'assurance vie sont vendus par les banques en France et pose la question de savoir si c'est la dernière étape avant la fin. Car, pour lui, les banquiers savent vendre les produits financiers et sont désormais installés comme des acteurs à part entière dans la distribution des produits d'assurance à domination financière⁴.

Dans l'étude *Sigma* n° 2/1992, la bancassurance est définie comme une stratégie des banques et des compagnies d'assurance visant à l'exploitation plus ou moins intégrée du marché des prestations financières. Cette définition met en évidence l'interdépendance des différents services financiers ainsi que la distribution de ces produits.⁵

D'autres définitions mettent l'accent sur le degré d'intégration entre la banque et l'assurance, certains observateurs affirmant que la véritable bancassurance requiert un degré assez élevé d'intégration entre ces deux secteurs. D'autres encore, plus strictes, précisent que les produits d'assurance doivent être spécifiquement conçus pour être distribués via les canaux de la bancassurance.

De notre part, on préfère garder les deux définitions suivantes :

? Définition plus simple : « La distribution de produits d'assurance par les banques ».

? Définition plus large : « Stratégie des banques et des compagnies d'assurance visant à l'exploitation plus ou moins intégrée du marché des prestations financières ».

4 DANIEL Jean-Pierre, *La bancassurance : Fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ?*, Éditions de Verneuil, Paris, 1992.

5 OP. Cit. *Sigma* N° 5/2007, pp 5

	LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE
Chapitre 1	

1.3 Les moteurs de la bancassurance

a) **Le régime réglementaire**

Les clés de la performance et du succès commercial de la bancassurance varient en fonction d'un certain nombre de facteurs interdépendants. Un environnement réglementaire favorable est essentiel au succès de la bancassurance.

Ainsi, des réglementations libérales sur la détention de compagnies d'assurance par des banques, de même que la vente de produits

d'assurance via des réseaux bancaires, sont sans nul doute indispensables au développement de la bancassurance.

En Italie, par exemple, la loi Amato de 1990 a autorisé les banques à investir dans des compagnies d'assurance, ce qui a permis à la bancassurance de percer.⁶

Plus récemment, l'assouplissement des restrictions sur la bancassurance en Asie, notamment en Inde, en Chine, au Japon et en Corée du Sud, a facilité la croissance de ce canal.

Au Canada, cependant, les banques sont empêchées de vendre des produits d'assurance par l'intermédiaire de succursales, même si elles sont autorisées à détenir des compagnies d'assurance. Au Royaume-Uni, un processus de vente extrêmement réglementé pour les produits à long terme a jusqu'ici freiné le développement de la bancassurance.

b) Le traitement fiscal des produits d'épargne à long terme

En Italie, en France et en Espagne, un traitement fiscal favorable a contribué au développement des produits de bancassurance.

6 OP. Cit. Sigma n° 5/200, Swiss Re. pp 6

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR 46

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

47

Chapitre 1

LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE

En France, par exemple, les produits d'assurance vie ont bénéficié jusqu'en 1995 de plusieurs avantages fiscaux tels que la possibilité de déduire jusqu'à 25 % des primes, l'exemption de l'impôt sur le revenu pour les plus-values sur les capitaux après huit ans et l'exemption de droits de succession dans la plupart des cas. Les bancassureurs pouvaient exploiter ces avantages fiscaux en proposant des produits d'épargne à long terme à

la fois simples et peu coûteux, qui constituaient une alternative intéressante aux produits traditionnels, plus complexes, du secteur assurantiel.

c) **La complexité des produits**

Les ventes de produits d'assurance par les banques sont importantes dans les pays où les produits, relativement simples dans leur ensemble, ont une affinité naturelle avec les produits bancaires de base (p. ex. assurances ménage, assurances temporaires liées à des prêts hypothécaires ou assurances crédit). Ces produits peuvent tout à fait être commercialisés par la force de vente généraliste d'une banque.

Par contre, les bancassureurs connaissent un succès limité lorsqu'il s'agit de vendre des produits complexes nécessitant les conseils de spécialistes.

d) **La solidité des canaux de distribution alternatifs**

L'un des facteurs décisifs pour l'évolution de la bancassurance est le degré de solidité des canaux de distribution alternatifs. Au Royaume-Uni et aux Pays-Bas, par exemple, la complexité des produits et/ou les exigences réglementaires ont favorisé un secteur du courtage fort et indépendant, ce qui a limité la pénétration de la bancassurance.

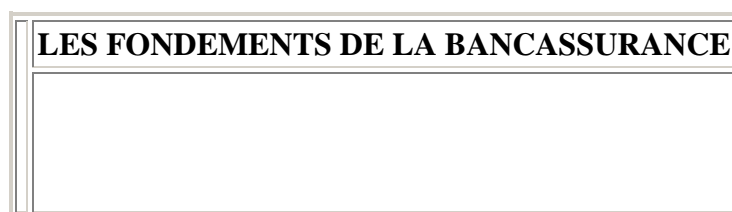
La popularité des canaux directs, notamment le téléphone et Internet, sur le marché de l'assurance automobile britannique a également freiné de manière considérable la progression de la bancassurance.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

48

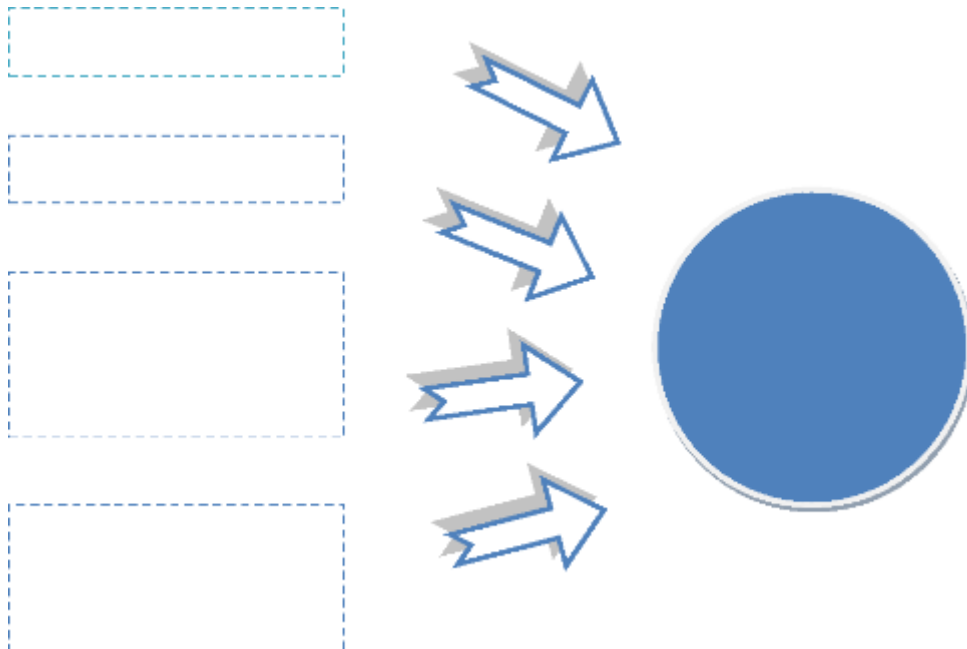
Chapitre 1



e) **Taux de pénétration de l'assurance**

Autre explication du succès fulgurant de la bancassurance dans certains pays : de grandes banques ou assureurs internationaux ont cherché à s'implanter dans des pays où le taux de pénétration de l'assurance était

encore restreint. Elles ont su créer des alliances ou des partenariats avec des assureurs ayant une bonne connaissance des pratiques et besoins des consommateurs locaux, ou avec des banques locales dont le réseau était déjà dense et organisé. Par ces accords, la bancassurance a pu s'implanter souvent à un coût réduit et avec une grande efficacité et rapidité.



Réglementation / fiscalité

Les réseaux bancaires

Habitudes de consommation

Concernant les services financiers et assurances
Relation avec les banques et les assureurs

BANCASSURANCE

Source : D'après l'article de « La bancassurance », Focus, Editions Scor 2005, *OP. Cit.*

Gestion informatique Internet

Marketing direct

Figure 5 : Facteur de succès de la bancassurance

--	--

Section 2 : Les produits distribués par la bancassurance

Les produits distribués doivent être complètement adaptés au réseau bancaire, c'est à dire synchronisés aux procédures de vente de la banque, qui incuse l'uniformisation des bulletins d'adhésion, une sélection financière aussi simplifiée que possible et une standardisation de toutes les transactions. Sans cette recherche de simplification, les réseaux auraient, sans aucun doute, une grande réticence à proposer indifféremment des produits bancaires et/ou d'assurance à leur clientèle⁷.

2.1 Les types de produits distribués

L'offre des bancassureurs en matière de produits d'assurance était fortement corrélée avec l'évolution historique de la bancassurance et les stratégies y afférentes. Après un tour d'horizon de grands bancassureurs à travers le monde, nous constatons que la bancassurance peut tout vendre, qu'elle n'est pas limitée à une certaine catégorie de produits. Les bancassureurs ont compris que pour continuer à être performants, ils doivent faire preuve d'une forte capacité d'innovation.

Nous proposons de classer ces produits selon leur nature. Ainsi, nous pouvons distinguer les catégories suivantes :

1. Des produits traditionnels

? Les produits d'assurance vie

L'assurance vie est une assurance de personnes définie comme étant toute opération comportant des engagements, dont l'exécution dépend de la vie humaine. Il est à souligner que la bancassurance vie a très longtemps concentré ses efforts sur la clientèle des banques, à savoir les particuliers.

7 OP. Cit. « La bancassurance », Éditions Score vie, 2005, pp 19

Chapitre 1

LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE

Il est vrai pourtant que, du fait de leur nature, proche de l'activité première des banques, certains produits d'assurance vie ont été largement captés par les banques et sont aujourd'hui facilement assimilés à la bancassurance. Les formules les plus connus du marché sont :

A- Les assurances en cas de vie

Les assurances en cas de vie ou assurance épargne prévoient le paiement d'un capital ou d'une rente si l'assuré est en vie à une date fixée au contrat.

B- Les assurances en cas de décès

Les assurances en cas de décès prévoient le plus souvent le versement au bénéficiaire désigné d'un capital ou d'une rente si l'assuré vient à décéder avant une échéance fixée au contrat. Les formules les plus courantes sur le marché sont :

a- Vie entière

Garantit le paiement, au bénéficiaire désigné, d'un capital fixé à l'avance, au décès de l'assuré, à quelque époque qu'il survienne. Cette formule est souvent proposée à des salariés, couverts pendant leur vie professionnelle par un système de prévoyance sociale.

b- Assurance temporaire au décès

Garantit le paiement d'un capital au décès de l'assuré, mais à condition que ce décès survienne avant une date déterminée au contrat. Ce type de contrat est le plus répandu actuellement. Il est souvent souscrit en cas d'achat à crédit, pour garantir le remboursement du capital restant dû en cas de décès de l'emprunteur ou comme garantie complémentaire à une couverture maladie.

? Les produits d'assurance de dommages

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



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

51

Chapitre 1

LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE

2. Des produits développés pour les réseaux bancaires

Cette classe de produits est la plus standardisée et la plus simple à vendre par le réseau. Ces produits sont généralement totalement intégrés à l'offre bancaire et n'ont pour le client pas réellement une nature d'assurance mais sont considérés plutôt comme un service bancaire additionnel. Ce sont, par exemple, les assurances liées aux comptes bancaires ou aux cartes de crédit. En général elles sont automatiquement mises en service avec l'ouverture d'un nouveau compte bancaire ou d'une nouvelle carte de crédit, elles sont souvent intégrées dans les frais et la prime d'assurance est parfois payée par la banque elle-même. Il s'agit alors davantage d'un outil marketing afin d'inciter un client à ouvrir un compte ou à souscrire une carte de crédit.

Outre les produits d'assurance traditionnels, bancassureurs ont développé des produits spéciaux afin de satisfaire certains besoins qui émanent de transactions bancaires, ou d'améliorer certains produits afin de les rendre plus attrayante et utile pour le client.

2.2 La place des produits d'assurance vie dans la bancassurance

Traditionnellement, les produits d'assurance non-vie sont largement moins distribués par le canal bancassurance que les produits d'assurance vie. Plusieurs raisons peuvent expliquer ce fait :

La principale pourrait être la nature complémentaire de l'assurance vie et des produits bancaires : les employés de la banque sont déjà familiarisés avec les produits financiers et s'adaptent rapidement à la vente des produits d'assurance vie d'épargne ou de retraite. Au contraire, le marché non-vie réclame des compétences spécifiques dans la gestion et la vente, que les bancassureurs ne maîtrisent pas nécessairement. De telles compétences nécessitent, en outre, des investissements lourds en ce qui concerne la formation et la motivation, donc des coûts supplémentaires.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

52

Chapitre 1

LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE

Section 3 : Les modèles de la bancassurance

Il n'existe pas un seul modèle à suivre pour créer un bancassureur, en effet, suivant le pays où on se trouve, la bancassurance prend des dimensions différentes. En pratique, il existe plusieurs stratégies de bancassurance : on peut citer la signature d'un accord de distribution entre la banque et la compagnie d'assurance, la signature d'un partenariat avec prise de participation stratégique et la création de filiales communes.

2.1 La signature d'un accord de distribution

L'accord de distribution des produits d'assurance par la banque est la forme la plus simple de la bancassurance. C'est une stratégie purement commerciale dont l'objectif est la rentabilisation du réseau de distribution de la banque d'une part, et l'accès, pour l'assureur, à une clientèle plus rentable et plus solvable d'autre part. Tout en demeurant indépendant chacune des deux sociétés sur le plan juridique, ces accords peuvent être assortis d'une participation croisée ou non mais très minoritaire dans le capital de la banque ou de l'assurance : la banque est un simple intermédiaire en assurance et fait concurrence plutôt aux courtiers et aux agents généraux.

Ce type de partenariat présente l'avantage de s'appuyer sur l'infrastructure produite (système de gestion et d'information) de l'assureur, ce dernier peut mettre rapidement ses moyens et son savoir faire à la disposition de la banque, sans générer de trop lourds investissements. Cependant, cette formule impose une cohabitation des cultures d'entreprises différentes, entraîne une perte de contrôle de la qualité de la clientèle et peut être à l'origine des conflits.

2.2 La création d'une filiale

Elle se met en place soit par :

- La création d'une filiale d'assurance par la banque.
- La création d'une filiale d'assurance par une société d'assurance.

Chapitre 1	LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE

2.2.1 La création d'une filiale d'assurance par la banque

Généralement, en Europe, le rapprochement entre la banque et l'assurance se fait par la création d'une société d'assurance par la banque, le Crédit Mutuel est la première institution financière à avoir instauré la bancassurance en France.

2.2.2 La création d'une filiale bancaire par une société d'assurance

Cette forme de partenariat s'appelle assurfinance. C'est une réaction des compagnies d'assurance à la concurrence bancaire. Les compagnies d'assurance ont créé des établissements de crédit pour renforcer la vente des contrats d'assurance.

En France par exemple, des assurances AXA, A.G.F, GROUPAMA ont créé chacune une filiale bancaire AXA Banque, AGF Banque et GROUPAMA Banque, respectivement.

2.3 Les joints ventures

Cette voie d'entrée consiste en la création d'une nouvelle société d'assurance dans laquelle une banque et une compagnie d'assurance, qui existent déjà, se partagent les parts sociales pour faciliter la gestion d'activités communes. Elle comporte les mêmes avantages que l'accord de distribution.

Tableau 7 : Les modèles de développement de la bancassurance

Description Avantages Inconvénients	Pays où le modèle est couramment répandu
Accord de distribution	Banque jouant un rôle d'intermédiaire pour une compagnie d'assurance

Début rapide des opérations.

Aucun investissement en capital

Joint Venture Banque associée à une ou plusieurs compagnies d'assurances

Transfert de savoir-faire

Manque de flexibilité pour le lancement de nouveaux produits.

Possibilité de divergence dans les cultures d'entreprises

Gestion difficile sur le long terme

Etats-Unis, Allemagne, Royaume-Uni, Japon et Corée du Sud

Italie, Espagne, Portugal, Corée du Sud

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

53

Intégration France, Espagne,

Culture d'entreprise

complète Création d'une filiale Investissement élevé Belgique,
maintenue Royaume-Uni.

Source : La Bancassurance, Septembre 2005, SCOR ; *Op.cit.*



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

54

Chapitre 1

LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE

Conclusion

La bancassurance, c'est-à-dire la distribution de services d'assurance par des banques, est un canal bien établi et de plus en plus utilisé pour les produits d'assurance.

Jusqu'à présent, les modèles de bancassurance les plus performants misaient principalement sur la vente de produits simples au guichet, à des clients qui prenaient leurs décisions sur place. Les produits de bancassurance ont plutôt vocation à compléter les produits bancaires existants

Le modèle retenu dans la création d'un bancassureur est un facteur déterminant de succès. Il n'existe pas, en réalité, de modèle à suivre pour trouver l'alliance stratégique car chaque compagnie d'assurance et chaque banque doit chercher la formule adaptée à sa situation, à ses besoins mais aussi à son environnement culturel et réglementaire.

Chapitre 2

Introduction

La bancassurance en tant qu'une formule de partenariat entre banque et assurance reflète le partage d'intérêts mais il est primordial de s'interroger maintenant sur les avantages généralement reconnus et les limites inhérents aux accords de la bancassurance pour les différents acteurs.

Chaque acteur du modèle (banque, compagnie d'assurance, consommateur et législateur) doit, en effet, trouver son profit à voir se développer avec succès le modèle bancassurance. Sans ces avantages, il est bien évident qu'il n'y aurait pas de collaboration possible. Le modèle retenu sera ensuite fonction de la situation de chacun, ainsi que des possibilités offertes par les autorités de chaque pays.

A cet effet, nous tenterons de présenter dans le présent chapitre les divers enjeux de la bancassurance.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

56

Chapitre 2

LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE

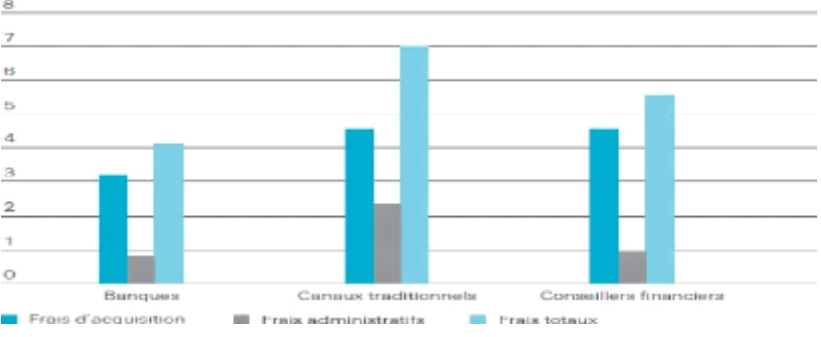
Section 1 : Les avantages de la bancassurance

La banque voit dans la bancassurance un moyen de créer un nouveau flux de revenus et de diversifier son activité. Avantage d'autant plus réel que le début des années 90 a révélé une augmentation de la concurrence entre les institutions financières et une diminution de la marge financière des banques et donc la nécessité de trouver une nouvelle activité.

1.1 Les avantages pour la banque 1.1.1 La rentabilité

Au fil des années, les banques se verront confrontées à des défis toujours beaucoup plus nombreux ; par exemple : la désintermédiation, la maîtrise du risque de crédits, l'émergence d'autres services concurrents. Le développement des commissions et la maîtrise des frais généraux demeurent la seule alternative de salut. C'est la raison qui explique la vente des contrats d'assurance dans les réseaux bancaires.

La banque reçoit de son partenaire assureur, à titre de rémunération pour son rôle de distributeur, des commissions qui peuvent être un pourcentage de la prime qu'il a touchée ou une part des résultats techniques réalisés ou, dans certains cas, un dosage des deux.



Source : Sigma n° 5/2007, éditions Swiss Re, Op.cit.

Figure 6 : Les coefficients d'exploitation de l'assurance vie en Italie en 2006 (En pourcentage des primes brutes)



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

Chapitre 2

LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE

1.1.2 La fidélisation de la clientèle : un avantage économique

L'avantage premier de la distribution de produits d'assurance par les banques, par rapport à d'autres canaux, est la relation avec la clientèle. La fidélisation de la clientèle a un avantage économique, qui est un besoin universel pour toute entreprise et un argument clé pour la commercialisation des produits d'assurance.

Avec l'intégration de la bancassurance, la banque devient une sorte de « supermarché », un fournisseur unique de services financiers, où le client peut trouver réponse à tous ses besoins, qu'ils soient financiers ou d'assurance.

Ainsi la banque peut aspirer à une plus grande attractivité du fait de l'élargissement de sa gamme de produits et peut renforcer la satisfaction et donc la fidélisation de ses clients.

1.1.3 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 plus grande capacité d'élargir leurs activités.

1.2 Les avantages pour les assureurs 1.2.1 L'accès à une large clientèle

Grâce à ce nouveau réseau de distribution, l'assureur élargit de façon significative sa clientèle et peut atteindre des clients qui étaient difficiles d'accès, il s'agit de profiter d'un réseau de distribution plus dense, plus proche de la clientèle et mieux informé sur ses besoins et sa situation. Ceci est bien entendu un avantage primordial qui suffit, à lui seul, à convaincre un assureur de développer des accords avec une banque.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

58

Chapitre 2

LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE



Les produits d'assurance disponibles aux guichets de la banque bénéficient du label de la banque et de son image de marque ce qui pourrait faciliter leur vente car les clients ont tendance à penser que le produit d'assurance acquis est aussi un produit de sa banque dans la mesure où il a été acquis auprès de son guichetier, à qui il fait totalement confiance.

Le choix des canaux de distribution peut procurer un avantage concurrentiel durable car il constitue le seul élément réel de différenciation des enseignes dans un secteur caractérisé par la banalisation des produits et par une concurrence des prix encore seulement émergente. ¹

1.2.2 Réduction des coûts

La bancassurance est souvent considérée comme étant plus avantageuse, en termes de coûts, que les canaux traditionnels des agences et du courtage. L'assureur a l'avantage également de la réduction des coûts de distribution par rapport aux frais inhérents aux agents traditionnels (frais fixes), puisque le réseau de vente est en général le même pour les produits bancaires et les produits d'assurance. Cette économie de frais a pu être enregistrée de façon notable par bon nombre de bancassureurs à travers le monde et est ainsi répercutée dans les frais inclus dans les contrats. Les produits peuvent donc être proposés à un meilleur coût.

1.2.3 L'amélioration de la rentabilité

L'assureur a l'opportunité de varier ses modes de distribution, afin d'éviter une dépendance trop grande à un réseau unique. La diversification permet de limiter les risques. La compagnie d'assurance impliquée dans la bancassurance verra sa rentabilité s'améliorer ; grâce à l'augmentation de son volume d'activité et la baisse des coûts de distribution, comme conséquence directe de l'utilisation du réseau de distribution bancaire.

1 Monique Zollinger, Eric Lamarque, Marketing et stratégie de la banque, Edition Dunod, 4^{ème} édition , 2004 pp.117



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE

Tableau 8 : Les avantages de la bancassurance

Avantages pour les banques	Avantages pour les assureurs
Revenu accru et stable	Accès à la clientèle des banques
Clientèle étendue	Moins dépendants des réseaux d'agents
Fidélisation	Partage des prestations avec les banques
Réduction du capital requis	Développement plus efficace de produits
Offre intégrée et adaptée aux besoins des clients	Entrée rapide sur un marché
Accès à des fonds détenus par les assureurs-vie	Obtention de capital donc plus solvable

Source : recoupements personnels

1.3 Les avantages pour les clients

Le consommateur a une accessibilité plus grande à tous les services financiers, du fait d'une banque qui propose à la fois des produits bancaires et des produits d'assurance.

Les coûts de distribution étant réduits par rapport à un réseau de distribution traditionnel, le consommateur peut, la plupart du temps, bénéficier de produits d'assurance à des prix plus intéressants que dans les réseaux traditionnels (courtier et agent général) et les modes de règlement des primes sont en outre simplifiés puisque celles-ci sont directement prélevées sur le compte bancaire.

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

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



Chapitre 2

LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE

1.4 Les avantages macroéconomiques de la bancassurance

Les produits d'assurance vie existaient bien avant l'avènement de la bancassurance mais les assureurs traditionnels n'ont pas pu réaliser de bons résultats et les taux de pénétration étaient très faibles dans la plupart des pays européens. L'implication des banques dans la distribution des produits d'assurance vie a permis de les vulgariser et de les banaliser auprès de la clientèle qui, auparavant, voyait en l'assurance vie un sujet tabou voire contraire aux bonnes moeurs.

Sur le plan macroéconomique, les produits d'assurance vie sont des produits d'épargne à long terme qui constituent une source de financement très stable pour les agents économiques ayant un besoin en ressources, ils peuvent constituer un moyen de financer les déficits de l'État.

D'autre part, les autorités de contrôle ou le gouvernement lui-même ont pour rôle de légiférer pour que les risques pris par les établissements financiers de leur pays soient maîtrisés et gérés activement, et ce de façon à préserver la bonne santé du système financier.

Certaines autorités estiment qu'un excès de libéralisation des systèmes financiers d'un pays peut engendrer une augmentation du risque systémique, c'est pourquoi, dans de nombreux pays encore, les banques ne peuvent pas exercer d'activités étrangères à leur métier de base, afin d'éviter de nouvelles occasions de prendre des risques.

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

En matière d'emploi, la bancassurance permettra de mieux rentabiliser l'utilisation des ressources humaines de la banque en les faisant vendre les produits d'assurance et même en transférant le surplus de personnel vers

la filiale ou le partenaire assurance, ce qui limitera sensiblement les licenciements dans un secteur bancaire de plus en plus informatisé.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

61

Chapitre 2

LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE

Section 2 : Les limites et les risques de la

bancassurance

2.1 Les limites de la bancassurance pour les banques

Malgré ce qu'a été développé dans le point précédent en termes d'apports de la bancassurance aux banques, certains inconvénients et limites existent.

2.1.1 La cannibalisation des produits bancaires

Certains produits d'assurance peuvent se développer au détriment des produits bancaires de base. Décidément, il peut y avoir un transfert des fonds déposés chez la banque dans les diverses catégories de comptes vers la compagnie d'assurance partenaire pour l'acquisition surtout des produits d'assurance vie.

Ainsi les contrats d'assurance vie peuvent être achetés en utilisant les fonds détenus dans un compte à vue auprès de la banque. Certes, l'épargne serait moins volatile puisque les produits d'assurance vie sont généralement à long terme, mais elle ne figurera plus dans la comptabilité de la banque; ce qui provoquera, stricto facto, la diminution des capitaux gérés par cette dernière.

2.1.2 Les risques sur l'image de la banque

Les banques jouissent d'une bonne image de marque auprès de la clientèle, acquise grâce à la relation de proximité entretenue par les chargés de clientèle qui fournissent quotidiennement divers services aux clients à leur charge, allant du simple retrait jusqu'aux crédits immobiliers les plus importants.

Les banques, soucieuses de la nécessité de sauvegarder leur image et conscientes des coûts très élevés en matière de dépenses marketing, nécessaires pour acquérir une nouvelle clientèle déjà bancarisée.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

62

Chapitre 2

LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE

La bancassurance nécessite des efforts de marketing et une force de vente active, la vente de quelques polices d'assurance vie ne suffit pas pour faire d'une banque traditionnelle un véritable bancassureur.

Pour obtenir une rentabilité suffisante, l'activité de bancassurance exige des volumes importants. Ce n'est qu'à partir d'un certain nombre de contrats, détenu dans son portefeuille que la banque peut rentabiliser sa nouvelle activité.

2.1.3 La formation du personnel

Le niveau de connaissances nécessaire pour le personnel banquier pour vendre les produits d'assurance devient de plus en plus élevé avec la complexité et la sophistication des produits.

Les produits d'assurance vie à dominante financière sont très proches du domaine bancaire et leur appropriation par les banquiers était très rapide mais les autres produits et surtout les contrats IARD nécessitent une très bonne connaissance du métier de l'assurance et une compétence

technique de pointe afin de donner des conseils personnalisés sur des produits complexes.

Par voie de conséquence, ils nécessitent des investissements importants en formation dont l'amortissement peut s'étaler sur plusieurs années ce qui pourrait alourdir, dans un premier temps, les charges et affecter la rentabilité de la banque.

En effet, l'assurance vie se vend lorsque les commerciaux de l'assurance vie vont chercher des clients, alors que les produits bancaires et l'assurance IARD, s'achètent puisque les commerciaux de la banque et de l'IARD restent dans l'agence et attendent que les clients se présentent.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

63

Chapitre 2

LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE

Cette différence se manifeste aussi dans les performances des commerciaux, l'efficacité des commerciaux de la banque est généralement inférieure à celle des commerciaux de l'assurance. En addition, ce phénomène est dû au mode de rémunération des deux institutions : les primes sont beaucoup plus importantes dans les salaires des commerciaux de l'assurance que dans celui des commerciaux de la banque ; cependant, accorder des primes comparables à celles versées dans l'assurance fait perdre à la banque l'avantage que lui procure un coût de distribution réduit.

En effet la commercialisation des produits IARD constitue une limite majeure, puisqu'elle nécessite un savoir faire et une compétence technique pointue qui permet de donner des conseils personnalisés aux clients sur des produits assez complexes et donc, et dans la pratique lorsque la banque s'étend à l'assurance dommage, elle se limite généralement à la vente des produits simples et standards.

2.1.4 La divergence de cultures commerciales

Les banquiers et les assureurs travaillent différemment et leur approche client n'est pas toujours identique. En terme d'approche marketing, les compagnies d'assurance adoptent une approche Produit alors que les banques adoptent une approche Client.

Les banques visent à attirer une clientèle de jeunes, même peu fortunée, pariant ainsi sur sa fidélité à moyen terme. Néanmoins cette clientèle n'est pas attirée par l'assurance étant donné qu'elle est moins aversive au risque associé à ce type d'assurance que d'autres groupes d'âge, elle souscrit notamment l'assurance automobile, où elle souffre d'un taux de sinistralité beaucoup plus important pour constituer une cible des assureurs.

Aussi, la préférence des banques pour la clientèle haute gamme très fortunée n'est pas toujours la bienvenue chez les assureurs car généralement l'importance du patrimoine peut constituer une source d'aggravation du risque pour l'assureur. Assez souvent, les bons clients et le segment de la clientèle privilégié de la banque peuvent être de mauvais assurés, ce qui peut causer des problèmes de sélection de clientèle.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

64

Chapitre 2

LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE

2.2 Les limites et les inconvénients de la bancassurance pour les assureurs 2.2.1 Le transfert du centre de décision

Toutes les compagnies d'assurance qui travaillent avec le réseau de distribution bancaire dans le cadre de la bancassurance se plient aux exigences des banques. Ainsi, il y a une forte dominance du mode de distribution sur le fabricant. La compagnie d'assurance est tenue de fabriquer des produits selon les exigences et selon les critères arrêtés par son banquier distributeur. La suprématie de la banque est beaucoup plus grande si la compagnie d'assurance est sa filiale. Indubitablement, l'activité

de la compagnie d'assurance dépend largement de la politique de la maison mère, sa dépendance serait totale si le réseau bancaire était son seul canal de distribution et en cas de rupture avec celui-ci, la compagnie d'assurance perdrait son seul accès au marché car elle n'a pas de clients mais des assurés.

2.2.2 Le traitement des sinistres et la sélection des risques

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

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



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

65

Chapitre 2

LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE

2.2.3 Le secret bancaire

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

Jusqu'à ce jour, aucune banque n'est mise en accusation pour non respect du secret professionnel lié aux opérations de bancassurance.

2.3 Les limites du marché de la bancassurance

Ce qui fait le succès des réseaux de distribution bancaire, c'est leur relation de proximité avec leurs clients, et la préférence croissante de ceux-ci pour le traitement en une seule fois et en un seul lieu de l'ensemble de leurs problèmes financiers au sens large du terme.

Cependant, il y'a néanmoins des limites: comme le service doit être de qualité, on ne peut offrir que des produits qui entrent bien dans les compétences du conseiller du réseau concerné et qui répondent aux besoins que les clients trouvent logiques d'évoquer.

La quête de la distribution croisée pourrait s'avérer dérisoire avec le temps, en raison des éloignements culturels entre les métiers et des risques propres issus de la confusion des métiers.

La bancassurance souffre aussi de certaines limites imposées par le marché ; en effet la diffusion des produits par le secteur complémentaire est limitée, d'abord par les réseaux de commercialisations déjà existants, puis par la capacité du marché qui n'est pas indéfiniment extensible.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

66

Chapitre 2

LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE

Conclusion

Il apparaît que l'engagement des banques dans la voie de la bancassurance est un processus irréversible, mais il est en perpétuelle

mutation. Le phénomène connaît une intégration verticale, prévisible par la transnationalisation de la bancassurance et une intégration horizontale par l'élargissement de la coopération entre les divers prestataires de services financiers, dépassant ainsi le stade du simple jumelage de la banque et de l'assurance.

Ce développement sur les divers plans démontre l'intérêt et l'opportunité de la bancassurance, qui a évité, peut être, à l'activité bancaire de devenir la sidérurgie de demain.

Les spécialistes s'accordent à dire que la bonne stratégie Bancassurance est celle qui s'adapte le mieux à l'environnement interne et externe et qui, en l'occurrence, arrive à contourner les obstacles et les effets pervers préexistants.

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

67

Chapitre 3

La bancassurance dans le monde

Introduction

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

Ceci nous a incité pour consacrer un chapitre pour parler de la réalité de la bancassurance dans divers pays et de réaliser également un tour du monde récent de la bancassurance car nous le verrons, c'est un domaine à divers stades de développement et en pleine évolution.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

68

Chapitre 3

LA BANCASSURANCE DANS LE MONDE

Section 1 : La bancassurance en Europe

C'est en Europe, dite « latine », que la bancassurance a connu son essor et ses plus grands succès, grâce initialement à un environnement juridique plus favorable que dans le reste du monde.

En assurance vie, les banques sont le canal de distribution prédominant en Belgique (48 % en 2005), en France (64 % en 2006), en Italie (59 % en 2006) et en Espagne (72 % en 2005). Toutefois, les banques constituent un canal de distribution beaucoup moins important aux Pays-Bas (19 % en 2004), en Allemagne (25 % en 2005), en Suisse (env. 2 %) et au Royaume-Uni (20 % en 2006). Après avoir fortement augmenté entre 1985 et 2000, la pénétration de la bancassurance s'est quelque peu stabilisée ces dernières années dans la plupart des marchés. ¹

1.1 La France

Historiquement, les métiers de banque et d'assurance ont toujours été séparés et exercés par des institutions distinctes. Or, les évolutions économiques et juridiques ont conduit à un extraordinaire développement de ces deux activités auprès d'une clientèle élargie.

Ce sont les Assurances du Crédit Mutuel (ACM), qui sont les précurseurs, en obtenant l'agrément de la bancassurance, le 26 janvier 1971. Le Crédit Mutuel a commencé à se développer vers la fin du XIXe siècle en Alsace, en Lorraine et en Franche Comté. En effet, le coût engendré par l'assurance, portant sur les prêts que le crédit mutuel consentait à ses clients, était relativement important. Dès lors, est apparue une volonté de gérer directement les assurances crédit pour en recevoir les bénéfices. La réussite de la bancassurance en France se mesure par l'augmentation de la part de marché des réseaux bancaires, et par la croissance du secteur de l'assurance vie.

¹ Rédigé à partir de l'article de « **La bancassurance : tendances émergentes, opportunités et défis** », Sigma n° 5/2007, Op.cit.



Chapitre 3

LA BANCASSURANCE DANS LE MONDE

En France, les bancassureurs se concentrent sur l'assurance automobile, qu'ils considèrent comme potentiellement rentable et pouvant faire l'objet de ventes croisées. Leur part de marché en assurance automobile privée a progressé, passant de 5,7 % en 2000 à 8,3 % en 2005.

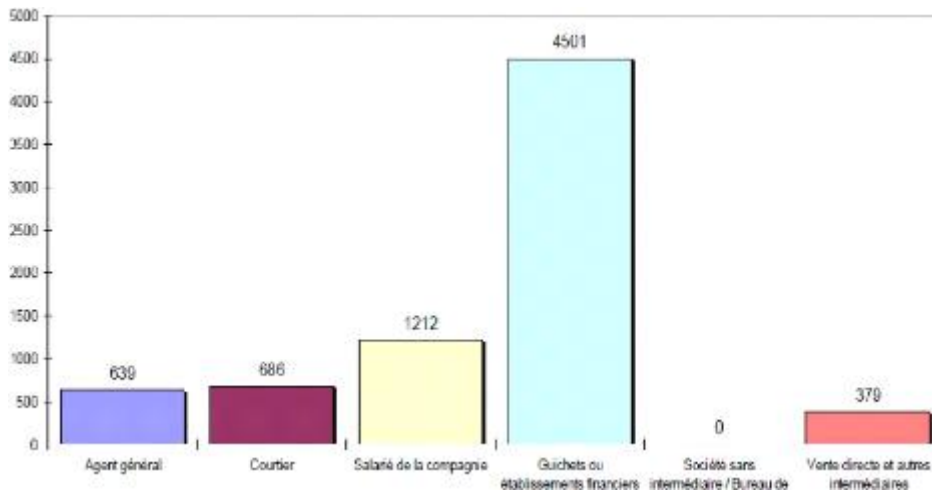


Figure 7: Chiffre d'affaires cumulé - Assurance vie - 1995 à 2005 en France (En Mds EUR)²

1.2 L'Espagne

La bancassurance occupe, aujourd'hui plus de 65% du chiffre d'affaire de l'assurance vie, environ 17 milliards d'euros en 2001 en Espagne. La spécificité propre du marché espagnol provient du fait que les caisses d'épargne régionales détiennent 50% du marché de l'épargne. Aujourd'hui, ce sont 9 bancassureurs qui occupent le top 10 des assureurs en Espagne et les bancassureurs détiennent 74 % des affaires nouvelles. Une des raisons principales de ce succès pourrait être la bonne image de la banque dans ce pays. Ajoutées à cela, quelques réformes, portant sur le système de retraite par exemple, ont permis de rendre attractifs certains produits d'assurance vie que distribuent en masse les réseaux bancaires.

² **Les réseaux de distribution d'assurance en France** ; Article de la Maison des Arts et Métiers, Solving , Mars 2007



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

70

Chapitre 3

LA BANCASSURANCE DANS LE MONDE

1.3 L'Italie

La bancassurance italienne s'est caractérisée par la rapidité de son développement. C'est la loi Amato de 1990, qui autorise aux banques de détenir des participations dans les compagnies d'assurance. A cela s'est ajouté, entre 1995 et 1998, un contexte fiscal favorable aux produits d'assurance vie. Enfin, un important réseau bancaire bien réparti sur le territoire, ajouté à la confiance des Italiens en leurs banquiers, ont permis au modèle de poursuivre sa croissance. La part de marché des bancassureurs est ainsi passée de 8% en 1992 à 50% en 2002, et représente plus de 60% de la production vie.

1.4 Les autres pays de l'Europe

? En Belgique, la bancassurance a connu une croissance rapide ces dernières années.

Elle a été soutenue par des investissements de compagnies étrangères, principalement luxembourgeoises. Elle a également profité d'un marché vie en forte croissance. Avec 56% de part de marché en vie, la bancassurance est désormais le premier réseau de distribution. Elle est caractérisée par une forte proportion de produits individuels et un équilibre entre les produits d'épargne et les produits de prévoyance.

? Le marché britannique de l'assurance vie est dominé par des courtiers. Leur part de

marché est passée de 40% en 1999 à 54% en 2002. Ainsi, les banques n'ont pas réussi à pénétrer le marché. Leur part de marché sur la commercialisation des produits d'assurance vie, plafonnée à 15% au début des années 1990, est de 9% aujourd'hui. Même si des partenariats entre banques et assureurs sont conclus, et des réformes de la distribution des produits d'assurance vie prévues, la croissance de la bancassurance reste difficile à envisager.

? En Allemagne, le marché reste dominé par les réseaux d'agents généraux, le faible

succès de la bancassurance peut être expliqué par des contraintes réglementaires liées aux produits d'assurance vie.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

71

Chapitre 3

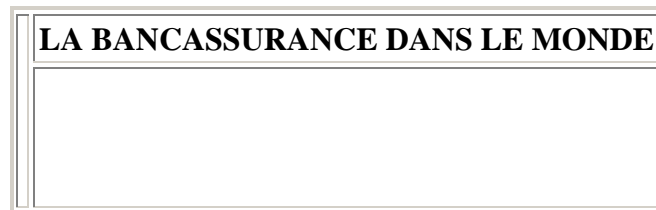
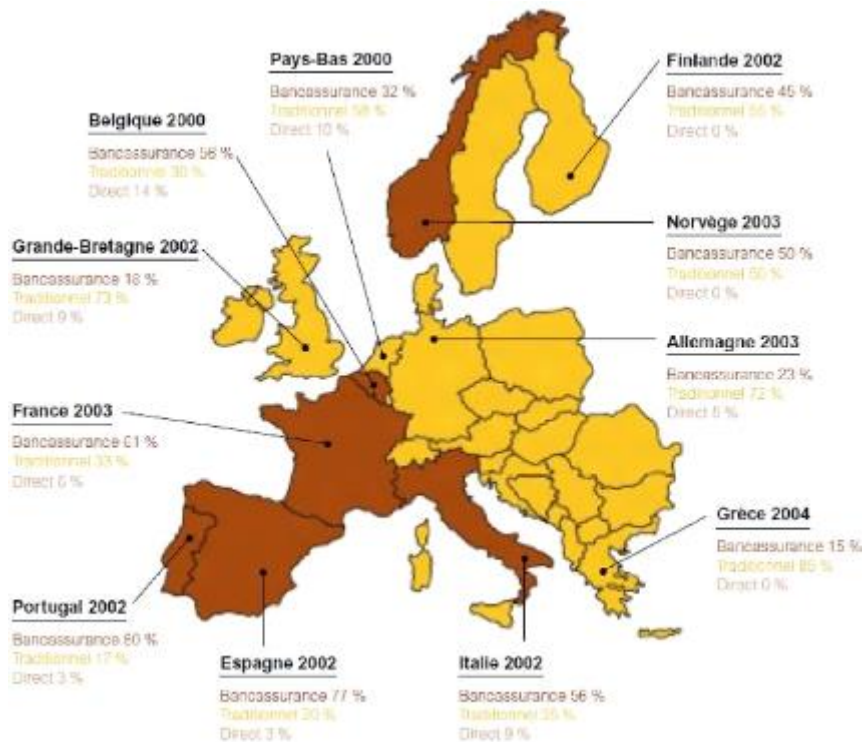


Figure 8 : Part de marché par réseau de distribution en Europe occidentale



Source : « La bancassurance », Focus, Edition Scor vie, *OP. Cit.*

Chapitre 3	LA BANCASSURANCE DANS LE MONDE

Section 2 : La bancassurance en Asie

La crise financière asiatique de 1997 a été un élément moteur dans la recherche de diversification pour les banques. Depuis l'an 2000 principalement, la bancassurance est donc au centre de bien des discussions en Asie. La libéralisation financière a facilité l'introduction de la bancassurance, en particulier avec la pénétration de compagnies d'assurances étrangères qui ont cherché à trouver des accords avec les banques locales.

Presque inexistante en l'an 2000, la bancassurance représentait en 2005 environ 28 % des ventes du secteur vie et 2 % de celles du secteur non-vie. Cette pénétration rapide s'explique avant tout par le désir des assureurs de trouver d'autres solutions à la distribution coûteuse via des agences ainsi que par l'intérêt marqué des banques à diversifier leurs sources de revenus³.

Dans le même temps, les récentes déréglementations en Inde, en Chine, en Corée du Sud et au Japon ont contribué à accélérer de manière significative le développement de la bancassurance en Asie. Les assureurs nationaux de même que les assureurs étrangers nouvellement établis sont particulièrement enclins à recourir à la bancassurance dans le but d'annihiler l'avantage compétitif dont disposent les acteurs qui possèdent de vastes réseaux d'agences. Enfin, les assureurs se servent aussi de la bancassurance pour pénétrer rapidement le marché des zones rurales, en partie pour remplir les exigences réglementaires comme celles qui leur sont imposées en Inde.

3 Sigma n° 5/2007, Op.cit.	
<i>La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR</i>	72

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

73

Chapitre 3

	LA BANCASSURANCE DANS LE MONDE	
	Europe	Asie
Réglementation	Libéralisée	De libéralisée à interdite
Potentiel de croissance du marché assurantiel	Maturité des marchés, mais des réformes sur les retraites pourraient stimuler le secteur vie	Potentiel de croissance élevé
Modèle de bancassurance	Modèles d'activité très intégrés	Principalement accords de distribution et co-entreprises
Principaux moteurs	Réductions fiscales sur les primes d'assurance- vie payées Pression sur les marges bancaires	- Pression sur les marges bancaires - Pression accrue sur les coûts des assureurs et désir d'augmenter la capacité de distribution. - Déréglementation financière. - Les sociétés étrangères utilisent la bancassurance pour pénétrer les marchés asiatiques.

Produits	Surtout des produits vie pour maximiser les avantages fiscaux	Principalement assurances-vie liées à des services bancaires, produits de plus en plus adaptés à la gestion d'épargne
Distribution	Canaux multiples	Surtout les filiales bancaires
Principaux intervenants	Banques et assureurs nationaux	Rôle important des assureurs étrangers

Tableau 9 : Comparaison de la bancassurance en Europe et en Asie
(Swiss Re, Sigma No.7/2002)



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

74

Chapitre 3

LA BANCASSURANCE DANS LE MONDE

Section 3 : La bancassurance dans les autres

continents

3.1 L'Amérique

Par comparaison avec l'Europe ou même l'Asie, les États-Unis et le Canada ne recourent pas beaucoup à la bancassurance. Cette désaffection, qui tient en partie aux barrières réglementaires, dépend également de la sensibilisation du public et de ses préférences ainsi que des différences culturelles entre la banque et l'assurance. En outre, la perception des produits d'assurance, considérés comme peu rentables par rapport aux produits bancaires, a découragé les banques de vendre des assurances.

Aux États-Unis, avant la signature du Gramm-Leach-Bliley Act en 1999, la bancassurance n'était pas autorisée. Toutefois, malgré la suppression des

restrictions à l'encontre des banques opérant dans le domaine de l'assurance, les ventes de produits d'assurance par les banques sont demeurées insignifiantes. Cet insuccès tient en partie à l'évolution séparée, pendant de nombreuses années, des intermédiaires financiers des deux secteurs.

Au Canada, la législation actuelle est un réel frein au développement de la bancassurance. Le marché bancaire canadien de détail est très concentré : moins de 10 banques contrôlent l'essentiel du marché. La majorité des banques canadiennes est « à charte fédérale », c'est-à-dire sous le contrôle des autorités fédérales. Les banques à charte fédérale ne peuvent vendre dans leur réseau de succursale bancaire que l'assurance crédit emprunteur et l'assurance voyage.

3.2 L'Afrique et le Moyen-Orient

En Afrique, la bancassurance est très peu développée. Cette situation s'explique par la faible culture d'assurance, la méfiance des populations vis-à-vis des produits d'assurance et un manque de motivation des banquiers à proposer des produits d'assurance dans leurs guichets. La bancassurance est malgré tout bien reconnue et réglementée.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

75

Chapitre 3

LA BANCASSURANCE DANS LE MONDE

En Afrique du Sud, le plus grand marché assurantiel d'Afrique, la bancassurance est de plus en plus utilisée pour la distribution vie et non-vie, bien qu'elle soit partie d'un niveau bas. La plupart des banques détiennent une participation soit dans des assurances, soit dans des activités de courtage.

Au Maroc, avec l'instauration du nouveau code des assurances en 2002, la bancassurance est devenue une réalité et beaucoup de banques marocaines à l'instar de la BMCE et Attijariwafa bank ont opté pour des

modèles de bancassurance (signature des accords de distribution, création de filiales) pour la distribution notamment des produits d'assurances vie et de capitalisation.

En Tunisie, la bancassurance est également récente puisque ce n'est qu'en Avril 2002 que les banques sont devenues autorisées à commercialiser des produits d'assurance grâce à la loi n° 2002-37 du 1^{er} Avril 2002. Avec des taux de pénétration d'assurance faible qui ne dépasse pas les 2%, la Tunisie a vu en la bancassurance un instrument de développement et de promotion de l'assurance notamment dans les branches où les assureurs traditionnels n'ont pas réussi.

En Égypte, la pratique des banques occidentales qui consiste à vendre activement des assurances de personnes par le biais du réseau bancaire et son personnel n'est pas autorisée. Les banques n'ont pas non plus le droit de recevoir des commissions.

Au pays du Golf, des alliances stratégiques ont été conclues entre les banques commerciales et compagnies d'assurance, en fonction des participations et parrainages existants entre banques et assurances. Les banques ont également créé des compagnies d'assurance afin de promouvoir le Takaful : une assurance conforme aux principes de l'Islam. La majorité des produits vie de bancassurance sont de simples polices de risque vendues par des consultants bancaires. S'agissant des produits non-vie, les programmes de bancassurance existants ont tendance à se focaliser sur les assurances de particuliers.

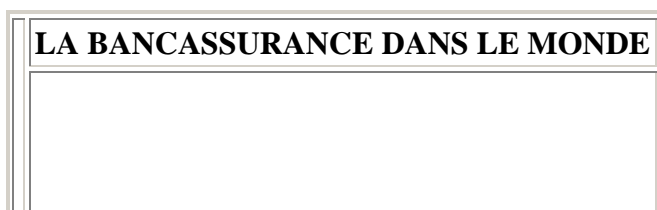
Cependant, la faible pénétration de l'assurance dans la région, en particulier dans le secteur vie, demeure une question fondamentale pour l'essor de la bancassurance.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

76

Chapitre 3



Conclusion

Après un tour d'horizon de la bancassurance dans le monde, les pays n'en sont pas au même stade de maturité et exigent, de ce fait, une réflexion différente et unique.

Toutefois, la mise en oeuvre de la bancassurance varie selon les pays. Ces différences s'expliquent en partie par les conditions réglementaires ainsi que par des facteurs culturels et sociodémographiques. Malgré ces disparités, la pénétration de la bancassurance a globalement progressé ces dernières années, notamment dans les marchés émergents.

	<i>Un aperçu du nouveau métier de la bancassurance en Algérie</i>
Partie III	

« La bancassurance en Algérie »

Plan

Chapitre 1 : **La réalité et l'état du secteur bancaire et d'assurances en Algérie**

Chapitre 2 : Analyse du contexte global de la bancassurance en Algérie

Chapitre 3 : La pratique de la bancassurance à la BADR

Chapitre 4 : Entraves et pistes d'améliorations



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

Chapitre 1

La réalité et l'état du secteur bancaire et d'assurances en Algérie

Introduction :

Dès son indépendance, l'Algérie avait opté pour le modèle de développement socialiste, basé sur la gestion centralisée de l'économie nationale. Les banques et les compagnies d'assurance ont été mises au service du « Plan » pour renforcer le système de planification.

Un effort de modernisation ainsi qu'une volonté des banques et des compagnies d'assurances à améliorer leurs anciennes pratiques n'est pas à négliger, dans un marché où la concurrence ne cesse de s'accroître, notamment avec l'ouverture aux institutions étrangères.

Ce chapitre vise à dresser un portrait du paysage bancaire et assurantiel algérien. Ce point sera consacré, dans un premier temps, à l'étude de l'état actuel de l'activité bancaire puis, dans un deuxième temps aux réalités de l'activité assurantielle en Algérie.

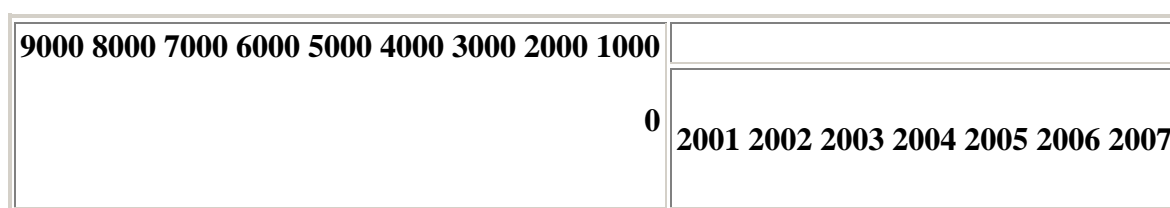


La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

Section 1 : Le secteur bancaire algérien

1.1 Quelques indicateurs du contexte économique

L'Algérie, qui affiche des performances économiques sans précédent, avec un PIB qui a doublé en 5ans (entre 2003 et 2007), une dette extérieure quasi-insignifiante (3,7% du PIB), et des réserves de changes impressionnantes, reste cependant mal perçue par les agences de notation en raison de l'instabilité politique et économique.



Source : Office national des statistiques, ONS

Figure 9 : Évolution du PIB entre 2001 - 2007 (En milliards de dinars)

L'inflation a augmenté en moyenne annuelle, les échanges extérieurs continuent d'évoluer très favorablement, l'excédent des échanges de biens et services à augmenté de 30,1% en raison de la forte expansion en valeur (15,7 %) des exportations de biens et services. Malgré leur baisse en volume de 2,6%, et de la croissance modérée de 1,8 % de la valeur des importations, conséquence du ralentissement de l'expansion de la consommation finale des ménages et de l'investissement.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

LA RÉALITÉ ET L'ÉTAT DU SECTEUR BANCAIRE ET D'ASSURANCES EN
ALGÉRIE

Tableau 10 : Évolution du taux d'inflation durant la période 1999-2006

Années	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Taux d'inflation	2,6	2	4,2	1.4	2,6	4	3,6	3,2

Source : Banque d'Algérie 2006

PIB par habitant et espérance de vie

Avec un PIB de 119 milliards de dollars, l'Algérie dispose du 2ème plus gros PIB d'Afrique, derrière l'Afrique du sud (255 Md\$), et devant le Nigeria (112 Md\$).

A titre de comparaison avec nos voisins maghrébins, les algériens et les tunisiens ont une espérance de vie à la naissance égale à 75 ans, alors qu'elle n'est que de 70 ans chez leurs voisins marocains. Ce classement est identique pour l'Indicateur de Développement Humain (IDH).

Enfin, même si le taux de fécondité reste élevé, dépassant les 2% dans les trois pays, le taux de croissance naturel de la population, quant à lui, est en baisse. En 2005, il était de 1,69 % en Algérie, 1,4% au Maroc et seulement de 1,12% en Tunisie.

-Données 2006-

	Population (millions)	PIB (Md\$)	PIB / habitant	Espérance de vie à la naissance		IDH (2004)
				H	F	
Algérie	33,4	119	3563	74	76	0,76
Maroc	31,9	58	1818	68	72	0,68
Tunisie	10,2	31	3039	73	77	0,76
France	63,2	2235	35364	77	84	0,94

Tableau 11 : Quelques indicateurs statistiques

Chapitre 1	LA RÉALITÉ ET L'ÉTAT DU SECTEUR BANCAIRE ET D'ASSURANCES EN ALGÉRIE

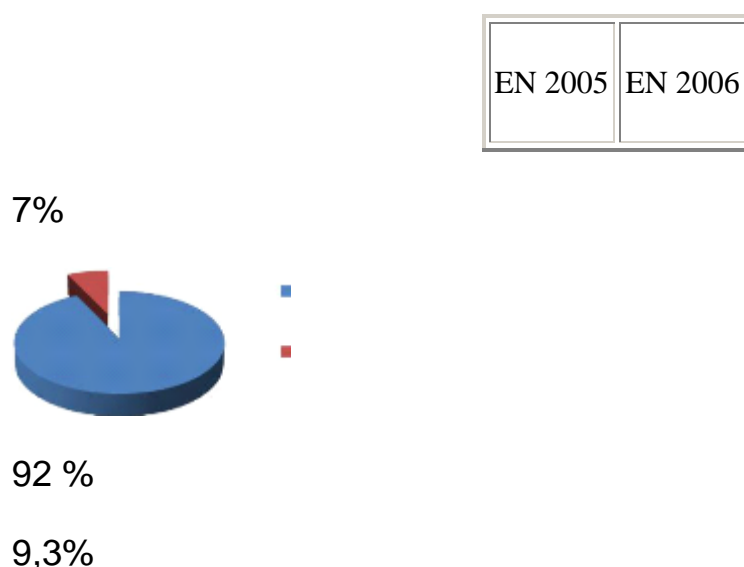
1.2 Présentation du secteur bancaire algérien

Le système bancaire algérien, détenu au départ exclusivement par l'État, s'est largement ouvert depuis 1999 aux capitaux privés nationaux et étrangers, il compte actuellement une vingtaine de banques activant sous le contrôle et la supervision de la banque d'Algérie (la banque centrale).

Les établissements à capitaux étrangers, malgré les initiatives de la société générale, Citibank et dans une moindre mesure BNP-Paribas, qui semblent aller à la rencontre des entreprises algériennes, restent dans une situation d'attente et d'observation de la politique algérienne en matière de réforme du système bancaire. Pour l'instant, la stratégie affichée des banques étrangères est plutôt de développer leur propre réseau en Algérie.

Le secteur bancaire reste, dominé par les six banques publiques nationales qui ont distribué plus de 90% des crédits en 2006, et qui ont collecté environ 93% des ressources en 2006¹.

Figure 10 : Évolution des crédits accordés par type de banque





90,7%

Part banques publiques

Banques privées

Source : La banque d'Algérie 2006

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

81

1 Rapport annuel de la banque d'Algérie, 2006, « Évolution économique et monétaire en Algérie ».



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

82

Chapitre 1

LA RÉALITÉ ET L'ÉTAT DU SECTEUR BANCAIRE ET D'ASSURANCES EN ALGÉRIE

1.2.1 Les banques publiques Elles sont en nombre de six (06) :

- La Banque Nationale d'Algérie (BNA).
- La Banque Extérieure d'Algérie (BEA).
- Le Crédit Populaire d'Algérie (CPA).
- La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR).
- La Banque de Développement Local (BDL).

- La CNEP-Banque.

Au coté de ces six banques publiques, il est à signaler l'existence d'une part, de la Banque Algérienne de Développement (BAD) qui est une banque à caractère non commercial et qui a pour principale vocation le développement des investissements et le suivi des lignes de crédit étrangères accordées à l'Algérie. D'autre part, la Caisse Nationale de Mutualité Agricole (CNMA) agréée à la fois par le Conseil de la Monnaie et du Crédit (CMC) le 6 avril 1997, pour effectuer des opérations de banque, et par le ministère des finances pour la réalisation des opérations d'assurance.

1.2.2 Les banques privées

La libéralisation du secteur bancaire est intervenue avec la promulgation de la loi 90/10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit. Les premiers signes de concurrence ont émergé, depuis la fin des années 1990, avec l'entrée dans ce secteur des banques et des établissements financiers privés (nationaux et étrangers).

Les banques privées sont soit constituées par des investisseurs privés algériens ou bien des investisseurs étrangers ou parfois aussi sous une forme mixte qui intègre des capitaux étatiques et des capitaux privés. La Banque d'Algérie a accordé l'agrément déjà pour :



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

83

Chapitre 1

LA RÉALITÉ ET L'ÉTAT DU SECTEUR BANCAIRE ET D'ASSURANCES EN ALGÉRIE

- BANQUE AL BARAKA ALGÉRIE
- ARAB BANKING CORPORATION ALGERIE "ABC"
- NATEXIS BANQUE
- SOCIETE GENERALE ALGERIE

- CITIBANK
- ARAB BANK PLC ALGERIA
- B.N.P. / PARIBAS EL DJAZAIR
- TRUSTBANK ALGERIA
- GULF BANK ALGERIA
- HOUSING BANK FOR TRADE AND FINANCE
- FRANSABANK AL-DJAZAIR
- CALYON-ALGERIE-Spa
- AL SALAM BANK - ALGERIA - SPA

Il est à noter que la banque numéro un britannique HSBC a ouvert déjà une branche. Elle rejoindra ainsi Citibank, la plus grande banque mondiale qui a décidé d'entrer dans le marché Algérien.

1.3 Le cadre réglementaire de l'activité bancaire

Un nouveau cadre dans lequel la Banque centrale et les intermédiaires financiers sont appelés à évoluer, a été mis en place le 14 avril 1990 par la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit. Cette loi a été élaborée sur la base du principe de l'indépendance de la Banque centrale par rapport au pouvoir exécutif, au terme de la loi 90-10, les banques commerciales requièrent le statut universel de « banque », notamment avec la redéfinition des opérations des banques et l'étendu du champ d'action de ces mêmes banques.

L'Ordonnance 03 - 11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit constitue le cadre réglementaire régissant le système bancaire national. Elle régit toute l'activité bancaire et définit, en particulier, l'Autorité Monétaire et ses prérogatives.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

LA RÉALITÉ ET L'ÉTAT DU SECTEUR BANCAIRE ET D'ASSURANCES EN ALGÉRIE

Section 2 : Le secteur des assurances en Algérie

Le secteur de l'assurance en Algérie, à l'instar de son homologue bancaire, est caractérisé par la prédominance des participations de l'État.

Mais malgré cela, le marché de l'assurance a connu une progression remarquable, jusqu'à atteindre un chiffre d'affaires record de 244 millions de dollars, uniquement pour le 1^{er} trimestre 2007 (en 1999 le C.A annuel était de 240 millions de dollars).

2.1 Les acteurs du marché

Dix-sept sociétés d'assurance, aux statuts différents, se partagent le marché algérien. Neuf appartiennent au secteur public et huit au secteur privé (dont une étrangère).

2.1.1 Les sociétés d'assurance

Deux premières compagnies nationales d'assurance, la SAA et la CAAR sont nées au lendemain de l'indépendance. Cette création a coïncidé avec le départ de l'ensemble des sociétés privées opérant en Algérie. Depuis, le secteur public s'est élargi progressivement avec la création de la CAAT et de la CCR pour la réassurance.

Quelques années plus tard le marché accueille trois nouvelles sociétés à capitaux publics : la CASH spécialisée dans l'assurance du secteur énergétique, la CAGEX qui prend en charge la garantie des crédits à l'exportation et la SGCI pour l'assurance du crédit immobilier. S'ajoutent également deux caisses mutualistes spécialisées : la CNMA pour le monde agricole et la MAATEC pour les personnels de l'éducation et de la culture.

L'ouverture du marché des assurances au privé national, avec l'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995 relative aux assurances, va drainer sept nouvelles sociétés à capitaux privés : Trust Algeria, la CIAR, l'Algérienne des Assurances, Salama Assurances, Al Rayan Insurance, la GAM et Alliance Assurances. Enfin, à la faveur de la nouvelle loi du 20 février 2006,

autorisant l'implantation de sociétés étrangères, Cardif El Djazair, reçoit son agrément la même année.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

85

Chapitre 1

LA RÉALITÉ ET L'ÉTAT DU SECTEUR BANCAIRE ET D'ASSURANCES EN ALGÉRIE	Statut			
	Société publique	Société privée de droit algérien	Société étrangère	Société d'assurances
SAA : Société Algérienne d'assurances	?			
	X			
	X			
	X			
		X		
		X		
		X		
		X		
		X		
		X		
			X	Mutuelle
	CNMA : Caisse Nationale de la Mutualité Agricole	X		
X				
X				
X				Société de réassurance
CCR : Compagnie Centrale de réassurance	X			

Tableau 12 : Liste des sociétés d'assurance exerçant en Algérie



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

86

Chapitre 1

LA RÉALITÉ ET L'ÉTAT DU SECTEUR BANCAIRE ET D'ASSURANCES EN ALGÉRIE

2.1.2 Les organismes professionnels

En matière d'encadrement professionnel, l'objectif essentiel est le développement du marché, en cohérence avec les besoins réels de protection financière.

Il s'agit essentiellement de formater les pratiques selon les bons usages professionnels. Pour ce faire, trois types d'instruments doivent intervenir :

? Des référentiels à constituer en matière de règles, de techniques, d'organisation, d'outils et de procédures visant la performance professionnelle.

? La formation continue du personnel sur les référentiels métiers.

? Le sens de l'éthique, pour éviter tout écart de conduite qui serait dommageable à l'image de la profession vis-à-vis de ses partenaires.

2.2 Le cadre réglementaire

L'activité Assurance, en Algérie, est régie par l'Ordonnance n° 95-07 du 25 Janvier 1995 relative aux assurances qui constitue le cadre réglementaire de la profession.

La loi 06-04 du 20 février 2006, modifiant l'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995, renforce l'encadrement directif en instituant une commission nationale autonome de supervision des assurances. Cette loi apporte aussi un ensemble de dispositions nouvelles très attendues par les acteurs du secteur de l'assurance.

La nouveauté de cette loi a instauré la faculté de distribuer des produits d'assurance aux institutions financières, notamment les banques. Ainsi les produits d'assurances pourront être vendus par le biais des guichets bancaires. Ce point constitue le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie dont nous allons le développer dans les prochains chapitres.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

87

Chapitre 1

LA RÉALITÉ ET L'ÉTAT DU SECTEUR BANCAIRE ET
D'ASSURANCES EN ALGÉRIE

Section 3 : Principales tendances d'évolution du

secteur bancaire et d'assurances en Algérie

Ce point sera consacré, dans un premier temps, à l'étude de l'état actuel de l'activité bancaire puis, dans un deuxième temps aux réalités de l'activité assurantielle en Algérie.

3.1 Le marché bancaire

Le marché bancaire reste dominé par les banques publiques, fortes de leur dense réseau d'agence. Le tableau suivant présente l'évolution des ressources collectées par type de banques durant la période 2003-2006

Tableau 13 : Les ressources collectées par les banques publiques et privées
(En milliard de dinars)

	2004	2005	2006	Dépôts à vue
718,905	1 127,92	1 224,40	1 750,43	Banques publiques
648,775	1 019,89	1 108,33	1 597,51	Banques privées
70,13	108,025	116,071	152,918	Dépôts à terme

1724,045	1577,46	1736,163	1766,108	Banques publiques
1 656,57	1 509,56	1 654,27	1 670,13	Banques privées
67,475	67,9	81,893	95,978	Total des ressources Collectées
2 442,95	2 705,37	2 960,57	3 516,54	Part banques publiques
94,40%	93,50%	93,30%	92,90%	Part banques privées
5,60%	6,50%	6,70%	7,10%	

Source : Banque d'Algérie 2006

Chapitre 1	LA RÉALITÉ ET L'ÉTAT DU SECTEUR BANCAIRE ET D'ASSURANCES EN ALGÉRIE

Tableau 14 : Les crédits distribués par les banques publiques et privées (En milliard)

	2003	2004	2005	2006	Crédits au secteur public
791,694	859,657	882,479	939,206	Banques publiques	
791,495	856,976	881,602	847,305	Banques privées	
0,199	2,681	0,877	1,103	Crédits au secteur privé	
587,780	674,731	896,437	1055,694	Banques publiques	
6487,740	558,605	765,316	879,275	Banques privées	
100,040	106,126	131,121	176,419	Parts des banques publiques	
92,7%	92,9%	92,6%	90,7%	Parts des banques privées	
7,3%	7,1%	7,4%	9,3%		

Source : Banque d'Algérie

Les deux tableaux font apparaître la dominance des banques publiques même si ces dernières sont entrain de perdre progressivement des parts de marché tant sur les dépôts que sur les crédits. Ainsi, les nouveaux arrivants sur le marché ne semblent pas avoir beaucoup de difficultés pour prendre

une place dans un marché dont le taux de bancarisation de la population est très faible (l'Algérie ne dispose que d'un point bancaire pour 25.000 habitants)².

3.2 Le marché des assurances

Les compagnies d'assurance publiques restent dominantes sur le marché, toutes branches confondues. Elles se taillent des parts très importantes, généralement dans la branche dans laquelle elles étaient spécialisées durant la période du monopole.

² ABEF : Association des Banques et d'Établissements Financiers (2007).

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR 88

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

89

Chapitre 1

LA RÉALITÉ ET L'ÉTAT DU SECTEUR BANCAIRE ET D'ASSURANCES EN ALGÉRIE

Le marché des assurances reste toujours dominé par les entreprises traditionnelles (SAA, CAAR, CAAT, CNMA et CCR) qui détiennent 65,4% de parts de marché (au 30 septembre 2008). Les nouvelles compagnies (créées depuis 1995) détiennent pour leur part 34,6% de la production globale³.

Le taux de pénétration des assurances en Algérie représente moins de 1% de l'ensemble du PIB et une couverture de l'ordre d'un point de vente pour 28.000 habitants contre un taux mondial d'un point de vente pour 5.000 habitants.

? La branche vie sous exploitée

Avec seulement 39 millions de dollars en 2006, la branche vie en Algérie, ne représente que 6,24% de la production totale du secteur. Sur la même

période, les marchés tunisiens et marocains ont enregistré une contribution de la branche vie égale respectivement à 8,9% et 28%.

À titre de comparaison, dans les pays développés, l'assurance de personnes représente souvent plus des 2/3 du volume des primes générées par l'industrie des assurances.

Tableau 15 : Évolution de la branche assurance vie

	En milliers de dinars		
	2005	2006	
			Assurances individuelles
857 000	961 800	1 140 400	Assurances collectives
879 000	1 561 200	1 790 600	Total
1 736 000	2 523 000	2 931 000	Part de l'assurance vie
5,10%	6,45%	6,24%	

Source : CNA

La souscription aux polices assurance de personnes en Algérie, est pourtant en augmentation réalisant même un bond de 25% au troisième trimestre 2008 par rapport à celui du 2007.

3 Note CNA T3-2008



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

90

Chapitre 1



Figure 11 : Chiffre d'affaire par branche du marché algérien au 3 ème trimestre 2008



Agricoles

0,50%

Transport

7,7%

Assurances de Personnes

9,4%

**Crédit-
Caution 1,2%**

Automobile

51%

IARD 30,1%

Source : <http://www.cna.dz>

? La part du lion pour l'auto

L'Algérie, avec plus de 3 millions de véhicules, possède le plus important parc automobile du Maghreb. L'âge moyen du parc est cependant élevé, puisque 75% des véhicules ont 15 ans et plus. Les nouvelles immatriculations représentent à peine 4% tous les ans.

Les marques coréennes dominent le marché depuis quelques années. En 2006, les trois marques Hyundai, Kia et Chevrolet s'accaparent 30,4% du marché. Les marques françaises Renault, Peugeot et Citroën qui, par le passé, se partageaient 60% du marché, n'en détiennent plus que 26%. Les marques japonaises se maintiennent avec près de 22%. Les marques allemandes BMW et Mercedes détiennent un peu plus de 6%.

Au troisième trimestre 2008, La branche «automobile», a connu une hausse de 22,8%

et a représenté 51% du chiffre d'affaires global du trimestre soit plus de 6 milliards de dinars, l'automobile détient la pôle position.

Ce résultat, s'expliquerait par l'augmentation sensible du parc auto. Au-delà de ce constat, à priori positif, la branche auto souffre de la faiblesse du montant de la prime, imposé par les autorités publiques, qui ne suit pas l'évolution de la sinistralité.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

91

Chapitre 1

LA RÉALITÉ ET L'ÉTAT DU SECTEUR BANCAIRE ET D'ASSURANCES EN ALGÉRIE

Conclusion

Décidément, l'essentiel des faiblesses du système bancaire et assurantiel algérien provient des logiques de comportement issues d'une longue période traversée par une économie administrée et une planification centralisée.

Dans le contexte concurrentiel actuel, cette situation doit changer, les banques et les compagnies d'assurances doivent fournir un plus grand effort pour cerner les changements de leur environnement.

Une chose est certaine, c'est que la réforme qui touche les composantes du secteur financier algérien se poursuit toujours visant, en premier lieu, la modernisation de la place financière de la nation.

Chapitre 2

Analyse du contexte global de la bancassurance en Algérie

Introduction

La bancassurance a cessé d'être un concept réservé aux professionnels même si l'on fait la part de l'accélération de l'histoire, on ne peut qu'être frappé de la vitesse avec laquelle ce qui n'était, il y a dix ans encore, qu'un timide mouvement dont seuls quelques initiés parlaient, est devenu aujourd'hui une notion communément admise au sein du public informé.

Cette dominance de la bancassurance comme mode de distribution des produits d'assurance s'applique beaucoup plus en Europe, ceci nous pousse à voir ce qui se passe dans l'autre rive de la méditerranée et plus particulièrement en Algérie.

L'Algérie s'ouvre à la bancassurance avec l'annonce d'accords entre banques et compagnies d'assurances pour la vente de produits d'assurance sur le marché algérien.

Ce chapitre présentera en première section le cadre réglementaire de la bancassurance en Algérie et la deuxième section portera sur la nature des produits distribués par les bancassureurs algériens.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

93

Chapitre 2

**ANALYSE DU CONTEXTE GLOBALE DE LA BANCASSURANCE
EN ALGERIE**

Section 1 : Le cadre réglementaire

Après un commencement discret dont le point de départ remonte aux années 70, la bancassurance enregistre depuis quelques années un rythme de développement important.

Conscient de l'irréversibilité de la progression de la bancassurance, puisqu'elle s'inscrit dans la logique de l'évolution du monde actuel (globalisation, convergence et intégration), le législateur algérien n'a pas manqué de l'intégrer dans la loi N° 06-04 du 20 février 2006 qui vient modifier et compléter l'ordonnance N° 95-07 du 25 Janvier 1995 relative aux assurances.

Les deux partenaires à savoir les banques et les compagnies d'assurance partagent l'objectif principal qui consiste à vendre des produits d'assurance à travers le réseau des agences bancaires. Or chacune des deux activités est soumise à un régime juridique propre qui lui accorde une exclusivité de principe.

1.1 Avant la loi n° 06-04 du 20 février 2006

Sur le plan réglementaire, l'encadrement de l'activité bancaire et assurantielle est assis sur une vision institutionnelle basée sur le principe de séparation stricte entre la Banque et l'Assurance délaissant ainsi toute vision fonctionnelle qui aurait permis l'interaction entre les deux métiers.

Ainsi, le principe de cloisonnement des activités reste de rigueur. En effet, les domaines, bancaires et assurantiels sont exclusivement réservés, respectivement, aux banques et aux compagnies d'assurance. L'activité bancaire était régie par la loi 90 -10 puis par l'Ordonnance 03 - 11 du 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit abrogeant la première. Quant aux activités d'assurance, elles sont régies par l'Ordonnance N° 95-07 du 25 janvier 1995.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR



ANALYSE DU CONTEXTE GLOBALE DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE

Au sens de l'Ordonnance 03-11, les banques sont des personnes morales constituées sous forme de société par actions qui effectuent à titre de profession habituelle et principalement les opérations de banque. Les opérations de banque comprennent ; la réception de fonds du public, les opérations de crédit, ainsi que la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiement et leur gestion. L'intermédiation en assurance n'y figure absolument pas et l'accès au domaine bancaire est conditionné par l'obtention d'un agrément du Conseil de la Monnaie et du Crédit.

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

Du côté des assurances, l'ordonnance n° 95-07, avant d'être modifiée par la loi n° 0604 du 20 février 2006, stipule dans son article 252 que seulement les agents généraux et les courtiers sont considérés comme des intermédiaires d'assurances.

1.2 Après le 20 février 2006, la nouveauté de la loi n° 06-04

Le législateur algérien, en Février 2006, et dans un but de stabiliser l'épargne nationale, a permis au réseau bancaire de distribuer certains produits d'assurance, grâce à la loi N° 06-04 du 20 Février 2006 (modifiant et complétant l'ordonnance n°95-07 du 25 JANVIER 1995 relative aux assurances)¹, ce qui instaure une plus grande coopération entre les compagnies d'assurances et les banques, désormais autorisées à commercialiser des produits d'assurances dans leurs guichets.

En effet, les banques sont devenues autorisées à distribuer des produits d'assurance, ceci a bouleversé le cloisonnement longuement connu entre deux intermédiaires financiers : les banques et les assurances.

¹ Selon l'article 252 de l'ordonnance n° 95-07 modifié et complété. Cf. Annexe 2



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

Chapitre 2

ANALYSE DU CONTEXTE GLOBALE DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE

Il est à noter que la faculté de la bancassurance a été introduite uniquement par la modification du code des assurances, la loi bancaire quant à elle demeure inchangée et il n'y a aucune mention de bancassurance.

Il convient aussi de rappeler que la législation marocaine² et tunisienne³ ont connu le même changement réglementaire pour aboutir à la bancassurance.

Cependant, l'Arrêté du 20 février 2008 fixe le taux maximum (15%) de participation d'une banque ou d'un établissement financier dans le capital social d'une société d'assurance et/ou de réassurance⁴. De ce fait, le législateur veut certainement initier le marché aux modèles de joint-venture. Ces stratégies peuvent s'avérer très efficaces pour dégager des synergies opérationnelles et éviter certains conflits liés à la culture et à la stratégie d'entreprise.

1.3 Références législatives et réglementaires Actuellement, la bancassurance en Algérie est régie par :

- L'ordonnance n° 95/07 du 25 /01/1995 relative aux assurances modifiée et complétée par la Loi 06-04 du 20 février 2006, titre III, chapitre I, articles 252. *Jo n°15 du 12 mars 2006.*⁵
- 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. *Jo n°35 du 23 mai 2007.*⁶
- L'arrêté du 06 août 2007 fixant les produits d'assurances pouvant être distribués par les banques, établissements financiers et assimilés ainsi que les niveaux maximum de la commission de distribution. *Jo n°59 du 23 septembre 2007.*

2 Au Maroc par Dahir n°1-02-238 du 3 octobre 2002 portant promulgation du Code des Assurances.

3 En Tunisie grâce à la loi 37-2002 du 1^{er} Avril 2002.

4 Art. 228 ter. de l'ordonnance N° 95-07 modifiée et complétée par l'arrête du 20 février 2008 (Art.1 et Art.2), Jo n°17 du 30 mars 2008.

5 Cf. Annexe 2

6 Cf. Annexe 2



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

96

Chapitre 2

ANALYSE DU CONTEXTE GLOBALE DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE

De plus, s'ajoutent autres dispositions :

- Décret exécutif n°02-293 du 10 septembre 2002 modifiant et complétant le décret exécutif n° 95-338 du 30 octobre 1995 relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurance. *Jo n°61 du 11 septembre 2002*⁷.

- Arrêté du 20 février 2008 fixant le taux maximum de participation d'une banque ou d'un établissement financier dans le capital social d'une société d'assurance et/ou de réassurance. *Jo n°17 du 30 mars 2008*.⁸

1.4 Procédures

? **Conditions de distribution**

Conformément à l'article 252 de l'ordonnance N°95-07 modifiée et complétée par la loi N°06-04, les sociétés d'assurance peuvent distribuer certains types de leurs produits par l'entremise des banques, des établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution.

? **La Convention**

Les sociétés d'assurance agréées peuvent présenter, sur la base d'une ou de plusieurs conventions de distribution, des opérations d'assurance par l'intermédiaire des banques⁹.

La société d'assurance doit soumettre, à la commission de supervision des assurances, toute convention de distribution conclue entre elle et l'un des organismes financiers¹⁰.

La convention de distribution-type régissant la relation entre la société d'assurance et la banque ou l'établissement financier est établie par l'association des assureurs.

La dite convention doit mentionner selon l'art.5 du Décret 07-153 :

7 Cf. Annexe 2

8 Cf. Annexe 2

9 Art.2 du Décret n° 07-153 du 22 mai 2007 ¹⁰Art.228 de l'ordonnance N°95-07



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

97

Chapitre 2

ANALYSE DU CONTEXTE GLOBALE DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE

- La liste des agences (mandataire) ou tout point de vente de la banque ou de l'établissement financier habilités à souscrire et à distribuer les contrats d'assurance.
- La liste des produits d'assurance, objet de la convention.
- La commission de distribution et les modalités de rémunération du mandataire.
- Les informations à communiquer à la société d'assurance mandante.
- Les pouvoirs de souscription.

- La juridiction compétente statuant en matière de litiges.
- Les pouvoirs en matière d'encaissement de primes, de délai de transfert des primes à l'assureur, de gestion et de règlement des sinistres.

? La Formation:

Une formation adaptée aux agents souscripteurs d'assurance employés par les organismes bancaires et établissements financiers¹¹.

Les agents souscripteurs d'assurance employés par ces organismes doivent être titulaires d'un diplôme universitaire. La société d'assurance doit dispenser un stage d'au moins quatre-vingt-seize (96) heures effectives portant sur les opérations d'assurance à distribuer et sanctionné par une attestation. En fin de stage, une carte professionnelle sera délivrée aux agents souscripteurs par l'association des assureurs avec mention des produits d'assurance pour lesquels ils sont habilités à souscrire.

11 Ces modalités pratiques on les retrouve dans l'Art.6 du Décret n° 07-153



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

98

Chapitre 2

ANALYSE DU CONTEXTE GLOBALE DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE

Section 2 : Les produits distribués

Pour mettre en place, une stratégie de bancassurance la conception des produits doit être fondamentalement revue en prenant en considération la faible technicité du réseau : il est nécessaire de lui fournir des produits simples et proches du service bancaire.

En effet, un produit banalisé, sur lequel la comparaison des tarifs paraît relativement aisée à l'assuré, peut s'acheter dans n'importe quel réseau. En revanche, les produits complexes nécessitent une approche plus technique de la vente avec des difficultés de comparaison pour les consommateurs.

Le but vers lequel devra tendre le concepteur du produit est de le banaliser pour en sécuriser la vente par le réseau.

Par ailleurs, cette vente sera autant sécurisée si les produits sont proches du service bancaire les guichetiers auront l'impression de vendre des produits qu'ils ont l'habitude de vendre.

Les produits d'assurance sont distribués par les banques qui agissent en qualité de mandataires des sociétés d'assurance.

Ainsi en Algérie, les produits de bancassurance prévus par la nouvelle législation regroupent les branches¹² :

1. Aux branches d'assurance de personnes : accidents, maladie, assistance, vie décès et capitalisation.

2. A l'assurance crédits.

3. A l'assurance des risques simples d'habitation :

? Multirisques habitation ;

? Assurance obligatoire des risques catastrophiques ;

4. Aux risques agricoles.

¹² L'Arrête du 6 août 2007, art.2, 3 et 4.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

99

Chapitre 2

ANALYSE DU CONTEXTE GLOBALE DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE

Pour la rémunération des organismes ; les banques, les établissements financiers et assimilés, bénéficient, dans le cadre de la distribution des produits d'assurances d'une rémunération sous forme d'une commission de distribution calculée en pourcentage sur le montant de la prime encaissée nette de droit et de taxes¹³.

Tableau 16 : Taux maximums de commissions reçues par les banques sur chaque produit

Produits distribués	Commissions
Assurance de personnes :	
40% de la première prime et 10%	
Capitalisation des primes annuelles suivantes durant toute la durée du contrat.	
Autres branches d'assurance de personnes 15 %	

Assurances crédits 10%

Assurance des risques simples d'habitation :

Multirisques habitation **32 %**

Assurance obligatoire des risques catastrophiques **5 %**

Assurance risques agricoles 10%

Source : Conseil National des Assurances (CNA)

13 Art.3 de l'arrêté du 06 août 2007.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

100

Chapitre 2

ANALYSE DU CONTEXTE GLOBALE DE LA BANCASSURANCE EN ALGERIE

Conclusion :

L'avènement de la bancassurance a insufflé une nouvelle dynamique au développement du marché de l'assurance en Algérie. Son développement est essentiellement lié à la nécessité pour les banques de trouver de nouvelles niches de croissance, en plus des activités traditionnelles (le dépôt et le crédit), face à l'érosion progressive de leurs marges. C'est aussi un élément de fidélisation de la clientèle au niveau de la banque et ça représente une activité tout à fait complémentaire.

En tant que principal vecteur pour la distribution des produits vie et capitalisation, la bancassurance est une activité qui aura un développement très soutenu dans les années à venir. Auparavant, les banques pratiquaient la bancassurance sans fondement juridique réel. Maintenant avec le nouveau code des assurances, l'activité de la bancassurance est officielle

Aujourd'hui, les banques algériennes peuvent commercialiser les opérations d'assurance vie et les opérations de capitalisation. Par ailleurs, ils peuvent aussi distribuer les assurances dommages.

Chapitre 3

La bancassurance à la BADR, une nouvelle expérience et un programme ambitieux

Introduction

L'Algérie s'ouvre à la bancassurance avec l'annonce d'accords entre banques et compagnies d'assurances pour la vente de produits d'assurance sur le marché algérien. En vertu de la loi de février 2006, ce contrat liant ainsi des institutions bancaires aux compagnies d'assurances a été introduit dans le marché des assurances. C'est ainsi, qu'aujourd'hui, les banques multiplient les contrats avec les compagnies d'assurances afin de mettre en oeuvre cette pratique.

La BADR à l'instar des autres banques algériennes a signé une convention avec son partenaire d'assurance pour la commercialisation et la distribution des produits d'assurance à travers son réseau.

Le but de ce chapitre est de voir et analyser l'organisation de ce nouveau métier chez la BADR.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

102

Chapitre 3

La bancassurance à la BADR, une nouvelle expérience et un programme ambitieux

Section 1 : Présentation de La BADR,

Organisation et fonctionnement général

1.1 La Création de la BADR

La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural BADR est une banque publique créée le 13 Mars 1982 par décret n°82-106, sous la forme juridique de société par action et constituée initialement de 140 agences cédées par la Banque Nationale d'Algérie BNA.

En effet, à sa création, la BADR était un établissement à vocation agricole puis suite à la promulgation de la loi n°90-10, relative à la monnaie et au crédit, elle a investi les autres créneaux de l'activité bancaire en effectuant les opérations de réception de fonds du public, les opérations d'octroi de crédits, ainsi que la mise à la disposition de la clientèle des moyens de paiement et de gestion consacrant donc son statut de banque universelle qui intervient dans le financement de tous les secteurs d'activités.

Cependant, en 2005, la BADR s'est repositionnée stratégiquement dans ses activités initiales de financement à savoir, l'agriculture et le développement rural (300 secteurs à financer).

Depuis 1999, le capital social est fixé à un montant de 33.200.000.000 de dinars, il est subdivisé en 3200 actions de un million de dinar de valeur nominale chacune.

Aujourd'hui, la BADR avec son réseau de 286 agences et 37 succursales ainsi que son effectif qui s'élève à plus de 7000 cadres et employés est considérée comme la première banque au niveau national.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

103

Chapitre 3

La bancassurance à la BADR, une nouvelle expérience et un programme ambitieux

1.2 Quelques dates clés

1982 - 1990 : Durant ces huit premières années la BADR a inscrit comme objectif, d'asseoir sa présence sur l'ensemble du territoire national en ouvrant de nombreuses agences dans les zones rurales et à vocation agricole. Cette spécialisation s'inscrivait alors dans un contexte d'économie planifiée où chaque banque publique avait son champ d'intervention.

1991 - 1999 : Avec l'avènement de la loi n° 90-10 relative sur la monnaie et le crédit ayant mis fin à la spécialisation des banques, la BADR a élargi son champ d'intervention vers les autres secteurs d'activité, notamment les PME/PMI, tout en restant un partenaire privilégié du secteur agricole. Sur le plan technique la BADR a enrichi son activité par l'introduction des nouveaux procédés informatiques notamment le « Swift » pour l'exécution des opérations du commerce extérieur en 1991 et le « Sybu » pour le traitement des opérations bancaires en 1992. En 1994, la BADR a lancé sa première carte de retrait qui devient à partir de 2000 une carte de paiement et de retrait interbancaire.

2000 - 2008 : La BADR a poursuivi sa mission de financement des PME/PMI et le secteur privé en général et afin de mettre au diapason des mutations économiques et sociales de l'économie de marché, la BADR a été soumise à des séries de diagnostics et d'assainissements comptables et financiers ainsi que d'audit institutionnel et financier axé sur la modernisation de la banque et l'amélioration des prestations. Cette modernisation a été caractérisée par la concrétisation du concept de la « Banque assise », l'acquisition d'une nouvelle solution informatique « Global Banking », la

poursuite de la dématérialisation des moyens de paiement et le lancement de nouveaux produits. En 2008, la BADR a intégré le lancement de la bancassurance.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

104

Chapitre 3

La bancassurance à la BADR, une nouvelle expérience et un programme ambitieux

1.3 Organisation générale de la BADR

La BADR, comme toute autre banque publique algérienne, est représentée par trois niveaux hiérarchiques : la direction générale, les entités régionales et les agences locales. Son organisation a évolué depuis sa création suite aux mutations de l'environnement qui exigent plus de compétitivité et de performance. Son schéma organisationnel était souvent réadapté aux nouvelles procédures de management et de gouvernance des banques.

La BADR est présidée par un Président Directeur Général soutenu par des directions centrales.

Actuellement, l'organigramme général de la BADR¹ fait ressortir 8 fonctions ou groupe de fonction :

- Le groupe de fonction « informatique, comptabilité, trésorerie » ;
- Le groupe de fonction « ressources, crédit recouvrement » ;
- Le groupe de fonction « administration et moyens » ;
- La fonction « international » ;
- La fonction « contrôle » ;
- La fonction « communication et publication » ;
- La fonction « exploitation » ;

- La fonction « management » ;

Les trois groupes de fonctions sont placés sous la responsabilité des trois directeurs généraux adjoint, la fonction « international » est placée sous la responsabilité d'un divisionnaire.

La fonction « contrôle » et « communication » sont rattachées directement à un président directeur général.

1 Cf. Annexe 1



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

105

Chapitre 3

La bancassurance à la BADR, une nouvelle expérience et un programme ambitieux

La fonction « exploitation » est prise en charge essentiellement par le réseau, constitué des succursales et des agences.

La fonction « management » concerne et implique l'ensemble des gestionnaires de la banque en matière d'exercice de responsabilités aux différents niveaux hiérarchiques.

La Direction Générale, dirigée par le Président Directeur Général, est la plus haute autorité de la banque ; elle constitue la structure centrale d'orientation des affaires, de prise de décisions, d'élaboration du plan stratégique de la banque ; ses pouvoirs sont déterminés par les statuts de l'institution et du conseil d'administration.

La Direction Générale comprend quatre (04) directions générales adjointes suivantes, toutes dirigées par un directeur général adjoint :

- Direction Générale Adjointe Administration et moyens ;
- Direction Générale Adjointe ressources Crédit et Recouvrements ;
- Direction Générale Adjointe Informatique, Comptabilité Générale ;

- Direction Générale Adjointe des Opérations Internationales.

La macrostructure est complétée par deux structures positionnées en staff :

- Direction Générale de l'Inspection
- Direction de l'Audit Interne



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

106

Chapitre 3

La bancassurance à la BADR, une nouvelle expérience et un programme ambitieux

Section 2 : La pratique de la bancassurance à la

BADR

Depuis Avril 2008, plusieurs banques algériennes se sont lancées dans la vente des produits d'assurance en vue d'accroître le volume de leurs commissions d'une part et de fidéliser leurs clients d'autre part.

La BADR a intégré la vente des produits d'assurance dans sa stratégie de diversification de son portefeuille. Aujourd'hui, elle a conclu une convention avec la SAA pour commercialiser les produits de cette dernière.

Nous allons présenter brièvement l'entreprise partenaire SAA, ensuite, nous essayons d'analyser les modalités de cette convention, ainsi que les produits distribués par les guichets bancaires de la BADR. Enfin, nous allons décrire l'organisation de ce métier sur le plan centrale et au niveau de l'agence.

2.1 Présentation de la SAA

La SAA (Société Algérienne d'Assurance) est une Entreprise Publique Économique créée en 1963, c'est l'une des premières sociétés

d'assurances instituées en Algérie au lendemain de l'indépendance du pays.

Son capital social est de 4.5 milliards de DA et Son chiffre d'affaires de l'année 2006 est de : 13.4 milliards de Da et elle détient 28% de part du marché.

Son réseau de distribution est le plus dense, il est réparti à travers toutes les régions du pays. Il est composé de 460 agences soutenues par 14 directions régionales tournées essentiellement vers le marché dans l'optique d'une démarche de proximité vis-à-vis des clients. Le nombre total de l'effectif composant la société est de 3652.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

107

Chapitre 3

La bancassurance à la BADR, une nouvelle expérience et un programme ambitieux

La SAA pratique toutes les branches d'assurance tant pour les particuliers que pour les entreprises industrielles et [commerciales.il](#) s'agit notamment des risques suivants:

- > Les assurances de dommages aux biens ; > L'assurance crédit ;
- > Les assurances des pertes d'exploitation ; > Les assurances de responsabilité civile ; > L'assurance automobile ;
- > Les assurances transport ;
- > Les assurances agricoles ;
- > Les assurances de personnes.

2.2 La convention

La BADR s'est engagée dans un nouveau partenariat avec la SAA, à l'effet de commercialiser les produits d'assurance, au bénéfice de sa clientèle et

du large public, via son réseau d'agences. A cet effet, une convention² portant sur les modalités de distribution de ce type de produits a été signée entre les deux parties.

Il s'agit en fait d'un accord de distribution sans prise de participation qu'on a développé déjà dans le volet concernant les modèles de la bancassurance.

Les produits concernés se regroupent sous ces trois catégories :

- Assurances de personnes ;
- Assurances de risques d'habitation ; - Assurances de risques agricoles ;

Les taux de commissionnement varieront selon les produits distribués (entre 3% et 20%). Pour assurer une bonne commercialisation de ces produits, les chargés de clientèle

2 Cf. Annexe 3



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

108

Chapitre 3

La bancassurance à la BADR, une nouvelle expérience et un programme ambitieux

de la banque ont suivi un cycle de formation théorique pointue et de qualité, ponctué par un stage pratique au niveau des agences de la SAA.

Au total, 47 principales agences de la BADR ont intégré depuis Mai 2008, la bancassurance parmi leurs activités. La clientèle de la BADR peut désormais souscrire, auprès des guichets, des polices d'assurance pour couvrir les divers risques touchant les personnes et les biens mobiliers et immobiliers, ainsi que les risques liés aux activités agricoles et d'élevage.

2.3 Organisation et structure de la bancassurance au sein de la BADR ? Au niveau central

L'objectif de créer des valeurs supplémentaires à la BADR à travers un positionnement sur le marché des assurances a conduit à mettre en place une nouvelle structure centrale attachée à la direction d'exploitation chargée du pilotage du projet de la bancassurance.

De statut de cellule, cette structure dénommée direction d'études chargée du projet de la bancassurance a pour mission de :

- Superviser la mise en place des guichets bancassurance au niveau des agences ;
- Maintenir le contact avec le partenaire d'assurance la SAA ;
- Préparer la future structure Bancassurance qui sera érigée en direction centrale ;
- Mettre en place des procédures de souscription et de gestion des contrats d'assurances.

? Au niveau des agences

Dans le cadre de l'exercice de l'activité bancassurance, la vente des contrats d'assurance est effectuée par les agences de la BADR désignées par la convention.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

109

Chapitre 3

La bancassurance à la BADR, une nouvelle expérience et un programme ambitieux

1. La phase de prospection et d'accueil

La prospection : Avant toute souscription d'un contrat d'assurance, le client (généralement un client de l'agence bancaire) exprime un besoin de

couverture par une demande d'assurance. Les prospections faites par les commerciaux de la banque, sur la base de leurs fichiers clients, permettent de repérer et de recenser les clients prospects et par la suite identifier leurs besoins en matière d'assurance par référence à l'activité et aussi à la liste des produits d'assurances susceptibles d'être commercialisés.

Entretien avec le client : Au cours de cette phase, l'agent souscripteur doit être en mesure de convaincre son client sur la nécessité de contracter la police d'assurance et l'aider à la formulation de son besoin, il doit lui-même faire connaître le produit, ses avantages et ses conditions.

Le questionnaire : C'est un formulaire de déclaration qui doit être rempli par le client, il comprend des renseignements relatifs aux spécificités du risque à assurer. Ce questionnaire sert à aider le client à exprimer et identifier la demande d'assurance.

Offre d'assurance : Sous forme de devis pour communiquer le tarif et les conditions de la police d'assurance offerte.

2. La phase de souscription

Une fois l'offre d'assurance est acceptée par le client, l'agent souscripteur de la BADR peut rédiger au profit de la SAA le contrat d'assurances à cet effet, il doit être établi en 3 exemplaires signés par les deux parties (l'agent bancaire et le client). Le détail du décompte de la prime payée par l'assuré doit être explicite sur la police d'assurance.

Après quoi, l'assuré peut régler la prime soit :

- En espèce ;
- Par virement ;
- Par chèque de banque.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

110

Chapitre 3

La bancassurance à la BADR, une nouvelle expérience et un programme ambitieux

L'original du contrat est remis à l'assuré avec les conditions générales y afférentes, il reçoit ainsi sa quittance de paiement. La première copie du contrat doit être transmise (chaque 10 jours) à la structure de rattachement de la SAA pour contrôle et suivi accompagné de :

? La quittance de prime ;

? Le décompte de la prime perçue par garantie ;

? L'original de la proposition d'assurance (le questionnaire).

Tandis que la deuxième copie de ces documents est à archiver chez la BADR. **3. Procédure comptable et financière de gestion de la bancassurance**

Chaque agence BADR est rattachée à une direction régionale de la SAA. La vente des contrats d'assurances pour lesquels l'agence BADR est mandatée, doit se faire exclusivement pour le compte de cette direction régionale SAA.

Quelque soit le mode de paiement, l'agence BADR est tenue de verser la totalité de la prime, accessoires et taxes y afférents à la direction régionale SAA. Pour les besoins de l'activité bancassurance, chaque agence mandatée ouvre un compte interne propre à la BADR destiné à recevoir toutes les primes perçues ainsi que les régularisations portées.

Le montant des primes perçues est transféré tous les 10 jours au compte courant de la direction régionale SAA de rattachement, ouvert à cet effet, accompagné d'un relevé des opérations effectuées pour la même période.

Pour le paiement des commissions, le règlement s'effectue par la direction régionale SAA au profit de l'agence BADR mensuellement suivant les taux arrêtés par la convention.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

111

Chapitre 3

La bancassurance à la BADR, une nouvelle expérience et un programme ambitieux



Conclusion

La BADR avec sa signature de la convention de distribution des produits d'assurances de la SAA vient d'intégrer définitivement l'activité de la bancassurance.

Toutefois, cette intégration doit être dans la mesure de réaliser les objectifs de rentabilité, de fidélité des clients et aussi la promotion de l'image de la banque.

La bancassurance ne résulte pas d'une organisation complètement nouvelle des affaires des banques ou des assurances nationales. Il s'agit d'un aménagement de l'organisation destiné à approfondir et à élargir la gamme des produits dans les domaines financiers ainsi qu'à exploiter les gisements d'économies.

Chapitre 4

Entraves et pistes d'amélioration

Introduction

A fortiori, la bancassurance est devenue une réalité à la BADR, vu l'absence d'une stratégie bancassurance apparente et vu l'état primitif dans lequel se trouve cette dernière. En effet, l'existant se réduit aux seuls contrats d'assurance liés aux crédits octroyés.

Le but du présent cas pratique est d'arriver à proposer la manière dans laquelle la bancassurance pourrait être développée à la BADR, compte tenu de ses spécificités.

Ainsi, nous essayerons de proposer quelques solutions pratiques pour l'amélioration de l'existant et développer les voies possibles pour l'élargissant de l'activité de la BADR en matière de bancassurance.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

113

Chapitre 4

ENTRAVES ET PISTES D'AMELIORATION

Section 1 : L'apport de la bancassurance à la BADR

Nous tenterons, ci-après, de proposer notre vision, d'une part, sur la manière dans laquelle le volet bancassurance de la BADR devrait être traité afin d'assurer son intégration effective pour une meilleure efficacité, d'autre part, sur les possibilités de développement futures de la bancassurance à la BADR.

Mais il convient de rappeler que notre analyse est purement qualitative pour les raisons suivantes :

? L'état primitif de la bancassurance en Algérie (lancée depuis 2008) ; ?
L'absence de données statistiques fiables.

? Rappel de la problématique : Nous cherchons à comprendre dans quelle mesure

la bancassurance peut être considérée comme un levier de performance pour la BADR et quelle sera l'utilité de distribuer des contrats d'assurances ?

1.1 Les avantages de la bancassurance pour la BADR

Pourquoi un développement si important de la bancassurance dans certains marchés? Il n'y a bien sûr pas de hasard, ce succès peut être

considéré comme la manifestation d'intérêts individuels mis au service d'un partenariat, porteur finalement d'avantages pour tous.

Chaque acteur du modèle (banque, compagnie d'assurance,...) doit, en effet, trouver son profit à voir se développer avec succès le modèle bancassurance. Sans ces avantages, il est bien évident qu'il n'y aurait pas de collaboration possible. Le modèle retenu sera ensuite fonction de la situation de chacun, ainsi que des possibilités offertes par les autorités de pays.

D'une façon générale, les banques détiennent des avantages de proximité, d'accessibilité au compte, de connaissance du patrimoine du client, de relation régulière avec le client, du sens du conseil grâce à la densité de leur réseau d'agences.

	ENTRAVES ET PISTES D'AMELIORATION
Chapitre 4	

Avantages pour la BADR Avantages pour la SAA

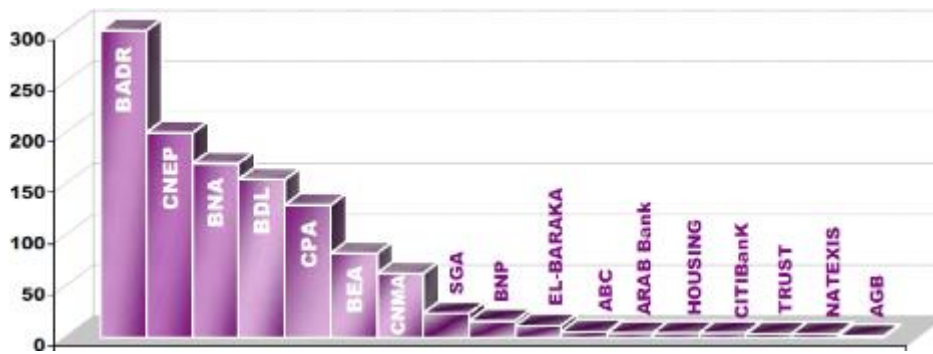
Diversification des produits Accès à la clientèle de la BADR

Rentabilité du réseau Bénéficiaire d'un réseau d'agences très dense

Fidéliser la clientèle des agences Réduction des charges fixes

Les banques publiques ont développé, compte tenu de leur ancienneté de place, des réseaux d'agences importants et bien répartis sur tout le territoire national, tandis que les réseaux des banques privées, toujours en phase de développement progressif, restent limités aux grandes villes du pays. A fin décembre 2005, le réseau des banques publiques comprend 1097 agences et succursales, celui des banques et établissements financiers privés ne représente que 130 agences, soit au total 1227 guichets bancaires¹.

Figure 12 : La répartition des agences bancaires par banque



La BADR vient en tête de liste avec près de 300 agence sur tout le territoire. Ce pendant le réseau de distribution représente les contraintes suivantes :

¹ Banque d'Algérie, Rapport 2005 : Evolution économique et monétaire en Algérie, p. 85.

<i>La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR</i>	114
Chapitre 4	ENTRAVES ET PISTES D'AMELIORATION

Contraintes managériales Contraintes technologiques

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

115

Coûts

Aptitude du personnel Attitude des dirigeants Acceptabilité pour la clientèle

Disponibilité et coûts informatiques Fiabilité Sécurité Compatibilité

1.2 Les axes stratégiques proposés

Sur la base de notre analyse, nous allons nous efforcer de dresser un diagnostic du marché de la BADR. Pour y parvenir, nous allons nous aider d'une matrice SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pour déterminer les facteurs internes (forces et faiblesses) et les facteurs externes (opportunités et contraintes).

Forces

- Monopole sur le marché agricole ;
- Partenariat avec un grand opérateur des assurances en Algérie SAA ;
- Une clientèle assez fidèle ;
- Le plus grand réseau de distribution bancaire avec des agences bien aménagées ;
- Avantages pour les produits d'assurances de type agricole ;

Opportunités

- Cadre réglementaire régissant la bancassurance ;
- Taille et croissance du marché pour la consolidation de sa position de leader ;
- Une large panoplie de produits d'assurance ;
- Développer d'autres marchés lucratifs ;
- Développer des alliances avec des partenaires de qualité ;
- Faible taux de pénétration des compagnies d'assurances.

Faiblesses

- Une conception marketing trop étroite ; - Mauvaise qualité du service;
- Une répartition déséquilibrée géographiquement du réseau de distribution (notamment dans les zones rurales)
- Déficit de communication ;
- Désintéressement du réseau classique.

Menaces

- Cadre étatique de l'activité bancaire réduisant la concurrence ;
- Mauvaise réputation du secteur ;
- La faiblesse du pouvoir d'achat et étroitesse du marché ;
- Marché financier et de capitaux peu développé ; - Un contexte socioculturel peu favorable ;
- Méconnaissance des produits assurances vie.

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

116

Chapitre 4

ENTRAVES ET PISTES D'AMELIORATION

Les facteurs découlant du diagnostic ne sont pas évidemment de même importance. L'analyse faite jusqu'à présent nous a permis de choisir certains facteurs et écarter d'autres qui nous paraissent d'un niveau d'importance faible selon le contexte actuel du secteur. Ces mêmes facteurs peuvent être dans d'autres cas des facteurs déterminants.

Les principaux facteurs sont : **Les opportunités**

- Le cadre réglementaire de développement de la bancassurance
- Faible taux de pénétration des compagnies d'assurance en matière d'assurance vie et capitalisation.

Les contraintes

- Mauvaise image de marque du secteur
- Méconnaissance des produits d'assurance vie.

Forces

- La densité du réseau de distribution **Faiblesses**

- Conception marketing trop étroite

- Mauvaise qualité du service - Déficit de communication

Ainsi, en procédant à un couplage des résultats obtenus, et en se basant sur les résultats de la recherche bibliographique et documentaire, la stratégie que nous proposons s'articule autour des orientations suivantes :

- Le marketing relationnel comme une nouvelle approche centrée sur le client et sa satisfaction ;

- La démarche qualité pour la conquête du marché; renforcer l'identité et promouvoir le nouveau métier de la bancassurance pour améliorer l'image de marque du secteur;



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

117

Chapitre 4

ENTRAVES ET PISTES D'AMELIORATION

Le marketing relationnel est en effet une stratégie de communication à long terme pour créer une relation durable avec la clientèle. La promotion, le marketing direct, la fidélisation sont des moyens de développer le service marketing relationnel.

Le marketing transactionnel valorise :

V' Le produit ;

V' L'acte d'achat ;

V' Le moment de la transaction ;

V' Le montant de la transaction.

V' La relation avec le client ;

V' La durée de la relation ;

V' L'individualisation (cas par cas) ;

V' La fidélisation ;

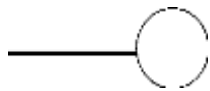
V' La valeur des achats présents et futurs.

L'écoute client est une démarche du marketing relationnel qui s'appuie sur un certain nombre de règles procéduriales.

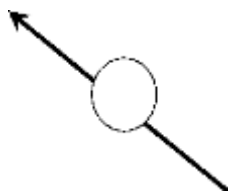
La connaissance du prospect est généralement considérée comme le point de départ d'une politique marketing opérationnelle efficace. Ce postulat de base est fréquemment ignoré par les concepteurs de produits d'assurance en Algérie.

Cette absence de prospection du marché afin de détecter les attentes des consommateurs en matière d'assurance, est plus due à un manque d'une vision client, qu'à un choix délibéré.

La fonction Marketing, au sein des compagnies publiques, était jusqu'à une époque récente, au mieux jugée inutile, au pire malsaine ; car souvent associé au développement du phénomène consumériste, très réprimandé dans une économie qui a vécu 30 ans sous l'influence du modèle dirigiste.



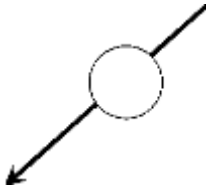
2



3

Chapitre 4

ENTRAVES ET PISTES D'AMELIORATION



1

Produit

Cible

Réseau de distribution

La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

118

Figure 13: Éléments clés de la réussite commerciale

En conclusion, la préoccupation des banques est de maximiser le taux d'équipement de leur clientèle en produits d'assurance de masse par l'utilisation de leurs guichets. Donc une stratégie affinée dans le cadre d'une offre globale prévoit un marketing et des produits simples garantissant un minimum de service surtout s'il s'agit de nouveaux marchés.

Le développement des produits bancassurance s'inscrit dans un marketing stratégique global s'articulant autour de deux axes :

Une stratégie orientée vers le client : la satisfaction du client et la conquête de nouveau territoire ;

Une stratégie orientée vers la rentabilité : la rentabilisation du réseau et l'amélioration de la rentabilité des fonds propres



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

119

Chapitre 4

ENTRAVES ET PISTES D'AMELIORATION



Section 2 : Le développement de l'assurance

L'assurance est bel et bien un levier de développement formidable pour une économie émergente telle que la notre, et en tant que tel, elle mérite une attention particulière. L'identification des conditions d'un développement équilibré permettant de répondre aux besoins d'une société de plus en plus exigeante en matière de protection financière tout en garantissant la solvabilité du système, devient une exigence.

Avec près d'une cinquantaine de banques, de sociétés d'assurance et d'établissements financiers, aux statuts divers : publics, privés, mixtes, étrangers, le nouveau paysage financier algérien semble avoir amorcé une mue, sinon opéré des réajustements qui devraient lui permettre de jouer, à court terme, un rôle majeur dans l'appui à la relance économique.

La bancassurance en Algérie constitue en elle-même une réelle opportunité pour moderniser le secteur des assurances et permettant notamment la promotion des produits d'assurance vie. C'est certainement l'une des raisons majeures qui ont motivé le législateur à adopter les textes régissant la bancassurance depuis 2006.

Cette volonté de répondre aux normes et aux standards imposés par l'économie de marché arrive à point nommé. Car ces dernières années une série de scandales financiers a discrédité les autorités monétaires. Ces dernières, avec à leur tête la Banque d'Algérie, organisent la riposte et ont décidé d'assainir le secteur financier.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR

120

Chapitre 4



2.1 Comparaison avec les pays du Maghreb

Avec une croissance moyenne de 8,19 % en 2006 pour les trois pays du Maghreb, le secteur de l'assurance (vie et non-vie) est devenu l'un des secteurs d'activité qui se développe le plus rapidement. Le taux de pénétration de l'assurance en 2006 est de :

2,9% au Maroc

Le marché marocain de l'assurance est le deuxième d'Afrique, après celui de l'Afrique du Sud (40,7 milliards de dollars en 2006). Le secteur est entré dans un processus de concentration, qui doit lui permettre de faire face aux nouvelles contraintes de solvabilité inscrites au Code des assurances adopté fin 2002. L'autre évolution récente du marché marocain de l'assurance est la libéralisation des tarifs auto depuis 2004.

2,0% en Tunisie

Les assureurs tunisiens se préparent à la libéralisation complète du secteur à partir de 2009. Depuis l'année 2007, le régime d'assurance maladie devient obligatoire et sera géré par la Caisse nationale d'assurance maladie. Le chiffre d'affaire de l'assurance sera forcément amputé d'une partie de ces primes, puisque désormais, les assureurs devront se positionner uniquement sur les complémentaires santé.

0,5% en Algérie

Le marché de l'assurance en Algérie a connu une progression remarquable, jusqu'à atteindre un chiffre d'affaires record de 244 millions de dollars, uniquement pour le 1er trimestre 2007 (en 1999 le C.A annuel était de 240 millions de dollars).

Malgré la croissance soutenue de ces dernières années, le secteur de l'assurance en Algérie, a cependant vu son taux de pénétration baisser de 0,65% en 1997 à 0,50 en 2006.



La bancassurance : Une nouvelle dynamique en marche pour la BADR



Tableau 17 : Parts de marché des quatre premiers acteurs au Maghreb en 2006

Algérie	%	Maroc	%	Tunisie	%
SAA	31,7	RMA-Watanya	22,6	STAR	28,3
CAAT	24	AXA assurance Maroc	17,2	COMAR	10,4
CAAR	10,1	WAFÀ assurance	12,7	MAGHREBIA	8,3
CNMA	8,4	CNIA	9	GAT	8,1
Total	74,2	Total	61,5	Total	55,1

*Branche vie et non vie

Source : recoupements personnels

2.2 Le développement du marché financier

L'existence d'un marché financier mature et développé constitue pour les compagnies d'assurances un impératif essentiel.

Les assureurs ont besoin d'un marché financier suffisamment important en volumes et avec des possibilités d'investissement très diversifiées sur des durées différentes afin de pouvoir honorer leurs engagements auprès des assurés.

Les produits en unités de compte qui constituent une formidable opportunité pour booster la branche ne peuvent se développer dans un marché caractérisé par le marasme structurel.

A ce niveau il est impératif de moderniser le marché boursier afin de créer une certaine dynamique à même de permettre un meilleur taux de rendement pour les assureurs. En effet, la baisse des principaux indicateurs de la bourse affecte durement les résultats des compagnies d'assurances et compromet par là la solidité financière des assureurs vie alors



ENTRAVES ET PISTES D'AMELIORATION

qu'elle constitue le critère de référence de l'investisseur et de l'assuré. Il est à rappeler dans ce sens que les dépréciations de plus de 25% doivent être entièrement provisionnées.

Ainsi, en dépit de l'augmentation des primes d'assurances, les assureurs ne parviennent pas à réaliser des résultats bénéficiaires et le résultat net est en baisse dû essentiellement aux provisions que doivent constater les sociétés d'assurances notamment sur les valeurs financières.

Conséquence, le métier d'assurance-vie est pénalisant pour le moment, compte tenu des niveaux des taux de rendement sur le marché pour employer les actifs et compte tenu de toutes les règles prudentielles existantes.

La Bourse d'Alger, qui a démarré son activité en 1998, n'a pas réussi à faire ses preuves. Malgré un certain dynamisme à ses débuts, provoqué notamment par plusieurs introductions en bourse, la place financière d'Alger n'a pas réussi à imposer le mode de financement direct dans la réalité économique. L'économie algérienne demeure quasi-exclusivement une économie d'endettement.



ENTRAVES ET PISTES D'AMELIORATION

Conclusion

Sur la base de notre analyse qualitative on peut qu'affirmer que la bancassurance est une opportunité pour la BADR afin :

V' De faire rentabiliser son réseau ;

V' D'améliorer son image auprès de sa clientèle en lui offrant une gamme variée de produits bancaires et assurantiels.

Cependant, la réussite de la bancassurance est liée étroitement à une solide politique marketing relationnel, et qui, à notre sens, une fois rigoureusement appliquées, permettent d'améliorer de façon significative la qualité de la prestation bancaire.

Conclusion générale

La commercialisation des produits d'assurance par les banques est devenue enfin une réalité en Algérie. Plusieurs produits d'assurances sont désormais proposés soit par les banques, soit par les compagnies d'assurance.

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

La bancassurance dommage c'est-à-dire la vente des contrats d'assurance dommage par les banques reste quant à elle encore limitée. Parallèlement, l'assurfinance n'est pas encore développé dans notre pays.

La BADR dispose d'un réseau dense. Ce qui constitue un atout non négligeable pour la commercialisation des produits d'assurance vie et dommage.

Cependant, pour rentabiliser la commercialisation des produits d'assurance, il faudrait qu'elle mette sur pied une stratégie de volume axée sur le

marketing relationnel et la qualité de service car les commissions perçus sur les contrats d'assurance vendus ne peuvent être significatives qu'à partir d'un nombre considérable de contrats conclus.

En effet, les établissements de crédit doivent choisir cette activité comme un moyen de prospection et de fidélisation de la clientèle qui augmente avec le nombre de contrats souscrits dans une entreprise. Les chargés de la clientèle doivent proposer les produits d'assurance au même titre qu'un crédit d'habitation, un découvert ou une facilité de caisse.

Par ailleurs, ils ne doivent pas s'adresser à l'ensemble de leur clientèle, mais cibler les clients capables de payer les primes pour une longue durée. La distribution des produits d'assurance est un puissant moyen de fidélisation de la clientèle bancaire dans la mesure où la durée de vie d'un contrat est en général supérieure à 5 ans.

Grâce à leur puissance financière et aux informations dont elles disposent, les banques peuvent exercer une influence très importante sur leurs clientèles et leur vendre assez facilement les produits d'assurance. Il est alors relativement aisé au chargé de la clientèle bancaire de présenter les produits d'assurance et de les argumenter. Par ailleurs, il est important pour les équipes de marketing des banques de rédiger des contrats plus faciles et plus simples à comprendre afin de former leurs commerciaux et guichetiers d'une part, et de se démarquer des assureurs traditionnels dont les contrats sont plus compliqués d'autre part.

Cependant, il convient de noter que la relation banque-assurance peut être source de risque pour le banquier. En effet, une mauvaise gestion des risques peut ternir la relation principale de la banque avec son client. Il convient pour la banque d'intégrer cet élément de risque et de mettre l'accent sur la qualité du service en veillant à l'indemnisation rapide du client après la survenance du risque, car un mauvais traitement du client pourrait conduire à la résiliation de sa relation avec la banque (clôture du compte) voire à une propagation d'une image négative de la banque. C'est pourquoi la banque doit assister le client et veiller à une indemnisation irréprochable.

OUVRAGES

AMOUR BENHALIMA, *Le système bancaire algérien texte et réalité*, Éditions Dahlab, 2001.

BORDERIE Alain, LAFITTE Michel, *La bancassurance : Stratégies et perspectives en France et en Europe*, Edition Revue Banque, 2004.

BRÉCHIGNAC Béatrice, *Le marketing des services Du projet au plan marketing*, Editions d'Organisation, 2000.

DANIEL Jean-Pierre, *La bancassurance : Fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ?*, Éditions de Verneuil, 1992.

DANIEL Jean-Pierre, *Les enjeux de la bancassurance*, Éditions de Verneuil, 1995.

DE COUSSERGUES Sylvie, *Gestion de la banque : du diagnostic à la stratégie*, Edition Dunod, 2002.

DESCAMPS Christian, XAVIER BRADELY, *Monnaie Banque Financement*, Editions Dalloz, 2005.

DUPUCH Pierre, *La banque : un essai d'organisation*, Éditions Organisation, 1990.

DURAFOUR Daniel, *Marketing et action commerciale*, Edition Dunod 2002.

ELIASHBERG Constant, COUILBANLT François, LATRASSE Michel, *Les grands principes de l'assurance*, 3 ème édition, l'Argus, 1997.

FILIATRAULT Pierre, PERRIEN Jean, *Marketing des services financiers*, Institut des banquiers canadiens 2000.

FOUQUET Bruno, *Gestion de la qualité de service réseaux, serveurs et applications*, Edition Eyrolles 2000.

Sigma n° 5/2007, *La bancassurance : tendances émergentes, opportunités et défis*, Swiss Re.

GARSNAULT Philippe, PRIAMI Stéphane, *La banque Fonctionnement et stratégies*, Edition Economica, 1997.

KEREN Vered, *La bancassurance*, Éditions Que sais-je ? 1997.

MIKDASHI Z., *Les banques à l'ère de la mondialisation*, Edition Economica, 1998.

PHILLIPE KOTLER, B. DUBOIS, *Marketing Management*, Edition Publi-Union.

WESTPHALEM Marie-Hélène, *Communicator : Le guide de la communication d'entreprise*, Editions Dunod, 2000.

Y. Lambert - Faivre, *Droit des assurances*, Éditions Dalloz, 1995.

ZOLLINGER Monique & E. LAMARQUE, *Marketing et stratégie de la banque*, Éditions DUNOD 1997.

ARTICLES

GILLES BERNIER, *La bancassurance au Canada : mythe ou réalité, menace ou opportunité ?*, Université Laval, Chair d'assurance et de services financiers, Janvier 2006

Maison des arts et des métiers, Solving, *Les réseaux de distribution d'assurance en France*, Mars 2007.

MARJORIE Chevalier, LAUNAY Carole, BÉRANGÈRE MAINGUY, *La Bancassurance*, Focus, Groupe Scor, Juin 2005.

Sigma n° 4/2000, *Marchés émergents : le secteur de l'assurance à l'heure de la mondialisation*, Swiss Re.

Sigma n° 7/2001, *Les centres financiers mondiaux : nouveaux horizons pour les compagnies d'assurance et les banques*, Swiss Re.

Sigma n° 7/2002, *Développement de la bancassurance en Asie - Une activité en plein essor*, Swiss Re.

TEXTES RÉGLEMENTAIRES

L'ordonnance N °95-07 du 25 Janvier 1995 relative aux assurances. La loi n° 90 -10 relative à la monnaie et au crédit.

L'Ordonnance 03 - 11 du 26 août 2003 modifiant et complétant la loi sur la monnaie et le crédit.

La loi N° 06-04 du 20 février 2006 modifiant et complétant l'ordonnance n° 95-07 relative aux assurances.

Décret exécutif n°07-153 du 22 mai 2007.

Décret exécutif n°02-293 du 10 septembre 2002. Arrêté du 06 août 2007.

Arrêté du 20 février 2008.

AUTRES

Fédération Française des Sociétés d'Assurances.

Association des Banques et Établissements Financiers, ABEF.

CNEP news, numéro spécial bancassurance, Juin 2008.

FMI, « International Capital Markets », Annexe V, Septembre 1998.

Banque d'Algérie, Rapport 2005 : Évolution économique et monétaire en Algérie

Banque d'Algérie, Rapport 2006, Évolution économique et monétaire en Algérie.

Revue Banque magazine N° 605 / Juillet- Août 1999.

Revue Banque magazine N°637 / Juin 2002.

TRAVAUX UNIVERSITAIRES

BELHAJ Maouia, *La bancassurance : Commercialisation des produits assurantiels*, Mémoire de fin d'études, cycle Finances, ISG Tunis, 2007.

BENNADJI Tahar, *Les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en Algérie*, Mémoire de fin d'études, cycle DSEB, ESB Alger, 2003.

MELLOUK Souad, *Le marketing relationnel : levier de développement de l'assurance vie et capitalisation au Maroc*, Mémoire de cycle supérieur de gestion, ISCAE Casa Blanca, 2005.

MAHFOUDIA Yasmina, *L'évolution de la banque de détail en Algérie*, Mémoire de fin d'études, cycle DSEB, ESB Alger, 2006.

SITES INTERNET

www.wikipedia.org www.cna.dz www.ons.dz www.badr-bank.net

Table des matières

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS

INTRODUCTION

PARTIE I : CONFIGURATION DES ACTEURS DE LA BANCASSURANCE

CHAPITRE 1 : LA BANQUE

Section 1 : Historique

1. La Banque dans l'antiquité 11
2. La finance italienne et les premières banques 11
3. La finance italienne et les premières banques 11
4. L'expansion bancaire depuis le XIXe siècle 12
5. La révolution bancaire à partir des années 80 12

Section 2 : Présentation de la banque et ses métiers

1. Définition de la banque 13
2. Les métiers de la banque 14

Section 3 : Organisation de la banque

1. Typologie des fonctions bancaires 15
2. L'organisation des agences bancaires 17

CHAPITRE 2 : L'ASSURANCE

Section 1 : Repères historiques

1. L'assurance maritime dans l'Antiquité 20
2. Naissance de l'assurance moderne 20

Section 2 : Principes généraux de l'assurance

1. Définition 21

2. Le contrat d'assurance 21

3.

1. La signature d'un accord de distribution 52

La question de l'assurabilité des risques 22

Section 3 : Les métiers spécifiques de l'assurance

1. Le rôle social et économique de l'assurance 23

2. Les acteurs du marché des assurances 25

3. Les produits d'assurance 27

CHAPITRE 3 : LE RAPPROCHEMENT ENTRE LES DEUX ACTIVITÉS

Section 1 : La relation entre les deux métiers

1. Des intermédiaires financiers dans l'économie 30

2. La place de l'épargne dans les produits d'assurance et de banque 32

3. Domaine de complémentarité 33

Section 2 : Les motivations de ce rapprochement

1. La désintermédiation financière 36

2. La déréglementation 36

3. La mondialisation 37

4. Les avancées technologiques 38
5. Le développement de l'épargne assurance 38

Section 3 : Organisation de la banque

1. Typologie des fonctions bancaires 15
2. L'organisation des agences bancaires 17

PARTIE II : APPROCHE THÉORIQUE DE LA BANCASSURANCE

CHAPITRE 1 : LES FONDEMENTS DE LA BANCASSURANCE

Section 1 : Le concept de la bancassurance

1. Origine de la bancassurance 43
2. La définition de la bancassurance 44
3. Les moteurs de la bancassurance 46

Section 2 : Les produits distribués par la bancassurance

1. Les types de produits distribués par la bancassurance 49
2. La place des produits d'assurance vie dans la bancassurance 51

Section 3 : Les modèles de la bancassurance

2. La création d'une filiale 52
3. Les joints ventures 53

CHAPITRE 2 : LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE

Section 1 : Les avantages de la bancassurance

1. Les avantages pour la banque 56
2. Les avantages pour les assureurs 57
3. Les avantages pour les clients 59
4. Les avantages macroéconomiques de la bancassurance 60

Section 2 : Les limites et les risques de la bancassurance

1. Les limites de la bancassurance pour les banques 61
2. Les limites et les inconvénients de la bancassurance pour les assureurs 64
3. Les limites du marché de la bancassurance 65

CHAPITRE 3 : LA BANCASSURANCE DANS LE MONDE

Section 1 : La bancassurance en Europe

1. La France 68
2. L'Espagne 69
3. L'Italie 70
4. Les autres pays de l'Europe 70

Section 2 : La bancassurance en Asie 72

Section 1 : La bancassurance dans les autres continents

1. L'Amérique 74
2. L'Afrique et le Moyen Orient 74

PARTIE III : LA BANCASSURANCE EN ALGÉRIE
CHAPITRE 1 : LA RÉALITÉ ET L'ÉTAT DU SECTEUR BANCAIRE ET
D'ASSURANCES EN ALGÉRIE

Section 1 : Le secteur bancaire algérien

1. Quelques indicateurs du contexte économique 79
2. Présentation du secteur bancaire algérien 81
3. Le cadre réglementaire de l'activité bancaire 83

Section 2 : Le secteur des assurances en Algérie

1. Les acteurs du marché 84
2. Le cadre réglementaire 86

Section 3 : Principales tendances d'évolution du secteur bancaire et d'assurances en

Algérie

1. Le marché bancaire 87
2. Le marché des assurances 88

CHAPITRE 2 : ANALYSE DU
CONTEXTE GLOBAL DE LA
BANCASSURANCE EN

ALGÉRIE

Section 1 : Le cadre réglementaire

1. Avant la loi n°06-04 du 20 février 2006 93

2. Après le 20 février 2006, la nouveauté de la loi n°06-04 94
3. Références législatives et réglementaires 95
4. Procédures 96

Section 2 : Les produits distribués 98

CHAPITRE 3 : LA BANCASSURANCE À LA BADR, UNE NOUVELLE EXPÉRIENCE ET UN PROGRAMME AMBITIEUX

Section 1 : Présentation de la BADR, organisation et fonctionnement général

1. La Création de la BADR 102
2. Quelques dates clés 103
3. Organisation générale de la BADR 104

Section 2 : La pratique de la bancassurance à la BADR

1. Présentation de la SAA 106
2. La convention 107
3. Organisation et structure de la bancassurance au sein de la BADR 108

CHAPITRE 4 : ENTRAVES ET PISTES D'AMÉLIORATION

Section 1 : L'apport de la bancassurance à la BADR

1. Les avantages de la bancassurance pour la BADR 113
2. Les axes stratégiques proposés 115

Section 2 : Le développement de l'assurance 119

CONCLUSION GÉNÉRALE BIBLIOGRAPHIE

ANNEXES

TABLES DES MATIÈRES