

La bancassurance en France, quelle Expérience pour l'Algérie ?

Bancassurance in France, what Experience for Algeria?

^(A)Dr. Keltoum MERGOU, ^(B)Dr. Hocine HASSANI

^(A) maître de recherche : laboratoires systèmes financiers et bancaires et les politiques macro-économiques face aux fluctuations internationales (SFBPME) - Université Hassiba Ben Bouali – Chlef – Algérie. | k_mergoum@yahoo.fr

^(B) Maître de conférences, Directeur de laboratoire de recherche : les systèmes financiers et bancaires et les politiques macro-économiques face aux fluctuations internationales (SFBPME) - Université Hassiba Ben Bouali – Chlef – Algérie. | h.hassani@univ-chlef.dz

Résumé

La bancassurance est apparue en France depuis les années soixante-dix du dernier siècle, en raison de l'évolution de la législation permettant aux banques de se rapprocher vers le secteur des assurances.

Le succès de la Bancassurance en France est dû à un ensemble de facteurs bien exploités par les banques françaises, et facilitant le processus de rapprochement (banques, compagnies d'assurance).

Le cadre réglementaire, la densité des réseaux d'agences et la bonne image de marque, sont des facteurs qui permettent de gagner une part importante du marché de l'assurance en particulier celle relative aux produits de l'assurance vie au détriment des compagnies d'assurance traditionnelles.

L'Algérie, à l'instar des autres pays et suite à la promulgation de la loi 06/04 du 20/02/2006 modifiant et complétant l'ordonnance n° 95/07 du 25/01/1995 relative à l'assurance permettant aux banques de commercialiser les produits d'assurance, a connu aussi l'introduction de la Bancassurance dont l'objectif principal est d'élargir leur champ d'intervention et offrir une gamme de produits financiers pour répondre aux divers besoins de leurs clients.

Mots Clés : Bancassurance, L'assurance vie, Réseau bancaire, Marché de l'assurance, France, Algérie.

Abstract

Bancassurance has emerged in France since the 1970s, due to the evolution of legislation allowing banks to get closer to the insurance sector.

The success of bancassurance in France is due to a combination of factors exploited by French banks, as facilitating the process of reconciliation between banks and insurance companies. The regulatory framework, the agency network's density and the good brand image are factors that allow enabling them to gain a significant share of the insurance market, in particular life insurance market to the detriment of traditional insurance companies.

Algeria, like other countries and due to the promulgation of Law 06/04 of 20/02/2006 amending and supplementing ordinance n° 95/07 of 25/01/1995 on insurance allowing banks to market insurance products, has seen the introduction of Bancassurance, which the main objective is to expand their fields of intervention and to offer financial products to meet the needs of their customers.

Keywords : Bancassurance, Life insurance, Banking network, Insurance market, France, Algeria. *Gel Classification :* G21, G22.

Introduction

Depuis les années 1970, les banques et les sociétés d'assurance se sont associées pour créer la bancassurance, ce néologisme qui désigne le rapprochement entre les établissements bancaires et les sociétés d'assurances, où l'assurance est devenue partie intégrale du paysage financier.

La bancassurance est née en France dans les années 70 pour devenir l'un des pays où le développement de la bancassurance a été le plus spectaculaire portant spécialement sur la distribution des contrats d'assurance vie. Parmi les principaux acteurs qui ont contribué au développement de ce concept au début de son apparition on trouve les ACM (Assurances du Crédit Mutuel) Vie et IARD, marquant ainsi l'histoire de l'assurance.

Plusieurs facteurs ont contribué à ce succès, la législation autorisant la banque à intervenir pleinement dans le domaine de l'assurance, une fiscalité particulièrement favorable à l'assurance-vie qui a permis un développement rapide de ce produit phare de la bancassurance et le réseau dense des banques françaises avec une capacité de distribution à coût marginal faible.

Aujourd'hui, la bancassurance continue à accroître ses parts de marché en assurance-vie en France. Les banques sont devenues les premiers réseaux de distribution des produits d'assurance vie, au détriment des agents généraux et des courtiers. En effet, elles atteignent les 64 % du marché de l'assurance vie en 2015 et une part de marché de 13% en assurances dommages, ce qui a permis à la France de se situer parmi les pays à forte pénétration de la banque sur le domaine de l'assurance.

L'Algérie, à l'instar des autres pays, a adopté un ensemble des réformes incluant plusieurs secteurs. Le secteur des assurances a connu la promulgation de la loi n°06-04 le 20/02/2006 modifiant et complétant l'ordonnance 95-07 du 25/01/1995. Cette loi a fourni

des mesures importantes de relance en permettant aux banques de commercialiser des produits d'assurance, et par conséquent, l'ouverture de l'Algérie sur la bancassurance dont l'objectif principal est d'élargir leurs champs d'intervention et offrir une gamme de produits financiers pour répondre aux besoins de leurs clients.

À cet effet, l'objet de cette étude est d'apporter des éléments de réponses à la problématique suivante :

Comment se présente le modèle de la bancassurance en France et Quels sont les facteurs clés de succès de ce phénomène ? Et quelle expérience pour l'Algérie ?

La réponse à cette problématique nous amène à rappeler dans un premier temps quelques facteurs d'évolution de marché des assurances en France et en Algérie, puis nous exposons les nouvelles dynamiques de la bancassurance dans les deux pays. Dans un second temps, l'étude présente les enjeux (réalité) et perspectives de développement de la Bancassurance en France et en Algérie.

I. Le secteur de l'assurance en France et en Algérie : quelques facteurs d'évolution du marché ?

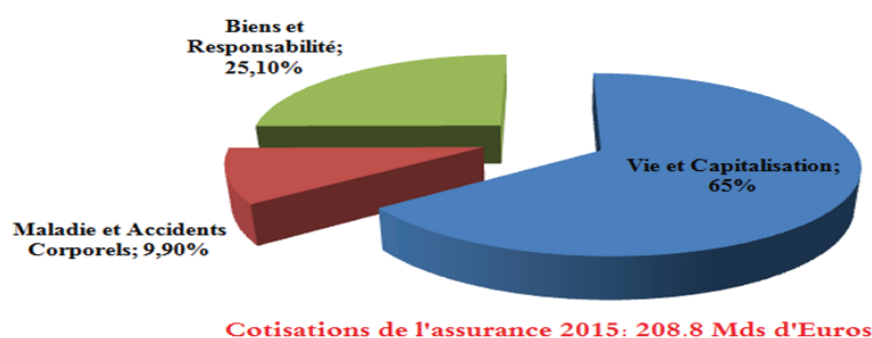
Le marché de l'assurance en France et en Algérie se caractérise par un ensemble d'indicateurs, parmi lesquelles :

1. Les cotisations de l'assurance

Le marché français de l'assurance a réalisé un chiffre d'affaires de 208,8 milliards d'EUR, dont 156,5 milliards d'EUR en assurance-vie et 52,3 milliards d'EUR de dommages en 2015, qui classe la France au deuxième rang sur le marché européen de l'assurance derrière le Royaume-Uni, la cinquième place sur le marché mondial de l'assurance. Le chiffre d'affaire du secteur de l'assurance se divise en fonction des différentes branches comme le montre la figure suivante(1).

Nous notons que les contrats d'assurance vie et

Figure 01. Cotisations de l'assurance française par branches en 2015 en Mds d'EUR.



Source : les Assurances de personne, Données Clés 2015, Fédération Française de l'Assurance (FFA) France, Juillet 2016, p4

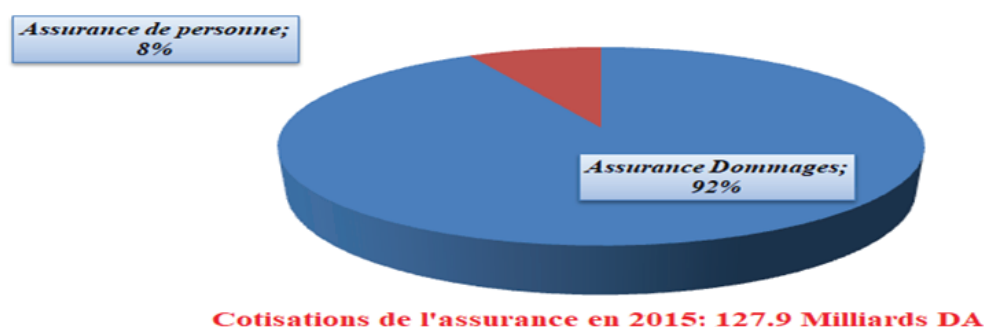
de capitalisation ont atteint 65% du marché global de l'assurance en occupant le premier rang, dû à l'environnement économique favorable à l'assurance vie, où elle demeure le premier vecteur de l'épargne longue en France avec un taux d'épargne élevé estimé à 50% de la composition totale des placements à long terme en 2015⁽²⁾.

Par rapport aux autres branches d'assurance, on trouve que 62% des cotisations des assurances de personnes représentent des produits d'épargne et retraite en Euros pour l'exercice 2015 .

Concernant l'Algérie, le marché de l'assurance a réalisé un chiffre d'affaires de 127,9 milliards DA, dont 10,1 milliards DZD en assurance vie et 117,8 milliards DZD de dommages en 2015, ce chiffre classe l'Algérie au deuxième rang sur le marché maghrébin de l'assurance derrière le Maroc, la 69^{ème} (3) place sur le marché mondial de l'assurance.

Le chiffre d'affaire du secteur de l'assurance se divise en fonction des différentes branches comme le montre la figure suivante⁽⁴⁾.

Figure02. La production du marché par branches d'assurances en Algérie en 2015



Source :rapport d'activité des assurances en Algérie, ministère des finances, 2015, p10

La figure montre que la structure du marché des assurances en Algérie est dominée par les assurances dommages avec une part de marché de 92%,

contrairement au marché de l'assurance vie en France, le marché de l'assurance de personne ne représente que 8% du marché global de l'assurance.

2. Le taux de pénétration de l'assurance

La France a réalisé un taux de pénétration de l'assurance estimé à un taux moyen de 9,7% au cours de la période allant de 2006 à 2015, ce qui a permis d'occuper le 5^{ème} rang au niveau européen (parmi 32 pays européens) et le 11^{ème} rang mondial pour l'année 2015.

Par contre le taux de pénétration de l'Algérie est onze (11) fois inférieur à celui de la France, ce qui veut dire que la part des assurances dans le PIB reste modeste, où elle reste en deçà de 1%, elle est passée de 0.5% en 2006 à 0.82% en 2015, ce qui classe l'Algérie en 81^{ème} rang au niveau mondial, comme le montre le tableau suivant⁽⁶⁾.

Tableau 01. Evolution du taux de pénétration de l'assurance en France et en Algérie période (2006/2015).

Années	Taux de pénétration de l'assurance en France	Rang Mondial	Taux de pénétration de l'assurance en Algérie	Rang Mondial
2006	11%	6	0.5%	86
2007	10.3%	9	0.5%	88
2008	9.2%	11	0.6%	86
2009	10.3%	7	0.6%	86
2010	10.5%	7	0.8%	83
2011	9.5%	10	0.7%	82
2012	8.9%	11	0.7%	85
2013	9%	11	0.8%	81
2014	9.1%	11	0.7%	82
2015	9.29%	11	0.82%	81

Source : Rapports Sigma, l'assurance dans le monde, Swiss-Re, Suisse, années (2007-2015)

3. Densité d'assurance

La densité d'assurance⁽⁷⁾ en France est élevée à une moyenne de 3942,38 USD au cours de la période allant de 2006 à 2015.

La densité d'assurance en Algérie est passée de 18.7 USD en 2006 à 31.8 USD en 2015, comme le montre le tableau suivant⁽⁸⁾.

Tableau 02. Evolution de la densité d'assurance en France et en Algérie (USD) - Période (2006/2015)

Années	Densité d'assurance en France	Densité d'assurance en Algérie	Densité d'assurance Mondiale
2006	4,075.40	18.7	554.8
2007	4,147.60	21	607.7
2008	4,131.10	30	633.9
2009	4,269.20	22.9	595.1
2010	4,186.50	32.8	627.3
2011	4,041.00	33	661
2012	3,543.00	34	656
2013	3,736.00	39	652
2014	3,902.00	40	662
2015	3,392.00	31.8	621.2

Source : Rapports Sigma, l'assurance dans le monde, Swiss-Re, Suisse, années (2007-2015)

Par rapport aux pays européens qui ont connu un développement en matière de Bancassurance (Belgique, Italie, Espagne et Portugal), nous constatons que la France occupe le premier rang en termes de taux de pénétration et de densité d'assurance, cela indique que le marché français de l'assurance est un

marché développé par rapport à d'autres marchés, en plus de la grande culture d'assurance qui caractérise le citoyen français.

On note aussi que la densité d'assurance en Algérie a évolué au cours de la période 2005-2015, mais elle

demeure faible par rapport à la densité mondiale estimée à 621,2 USD en 2015. Elle est également faible par rapport à la densité d'assurance en France.

4. Canaux de distribution de l'assurance

Le marché français de l'assurance est fortement concurrentiel ou 381 compagnies d'assurance y interviennent en 2014 ⁽⁹⁾, il se caractérise également par une variété de canaux de distribution qui comprennent:

- Assureurs et succursales des mutuelles ;

- Les intermédiaires (courtiers, Agents généraux, établissements bancaires et bureau de poste) ;

- De la vente directe (vente par téléphone, vente par internet) ;

- Point de vente dans les magasins et agences spécialisés.

Le tableau ci-dessous montre la répartition de la production de l'assurance en France par mode de distribution en 2015 comme suit ⁽¹⁰⁾ :

Tableau 03. Les cotisations de l'assurance en France selon les formes de distribution en 2015 (%)

Assurance	Bancassurance	Agents généraux	Courtiers	Salariés	Autres modes	Sociétés sans intermédiaires
Personnes	64%	6%	11%	15%	4%	/
Dommages	13%	34%	18%	2%	1%	32%

Source : Tableau de bord 2015 de l'assurance, Fédération Française de l'assurance, France, Août 2016, p 35.

A partir du tableau ci-dessus, on remarque que la distribution des produits d'assurance en France se fait par une variété de canaux, ou les salariés, courtiers d'assurance et les banques se partagent la part de marché de l'assurance vie. Mais sur un marché fortement concurrentiel et avec une composition variée de canaux de distribution, les banques ont réussi à avoir la position de leader sur le marché de l'assurance vie et capitalisation, leur part de marché s'établit à 64% de la part globale de l'assurance vie en 2015.

Quant à l'assurance de dommages, elle est distribuée principalement par les agents généraux avec 34%, les

sociétés 32% et les banques 3% en 2015.

Le marché Algérien de l'assurance est animé par 24 compagnie d'assurance en 2015, dont 13 spécialisées en assurances dommages et 08 en assurance de personne, ce réseau disposent d'un réseau de distribution constitué de 1133 agences directes, 1090 agents généraux d'assurances, 38 courtiers d'assurances et un réseau de bancassurance de 750 agences bancaires ⁽¹¹⁾.

Il se caractérise également par les canaux de distribution indiqués dans le tableau suivant :

Tableau 04. Les cotisations de l'assurance en Algérie selon les formes de distribution en 2015 (%)

Assurance	Bancassurance	Agents généraux	Courtiers	Réseau direct (Agences)	Sociétés sans intermédiaires (Mutuelles)
Personne	17%	21%	2%	56%	5%
Dommage	0%	23%	7%	59%	11%

Source : sur la Base du rapport d'activité des assurances en Algérie et les données de la bancassurance, direction des assurances, ministère des finances, Algérie, 2015.

Selon le tableau ci-dessus, le réseau de distribution directe représenté par les agences des compagnies d'assurance est le canal de distribution dominant sur le marché de l'assurance en Algérie en termes de volume de primes collectées.

II. La Bancassurance en France, une nouvelle dynamique en Algérie

La bancassurance est le modèle de distribution des produits d'assurances par le réseau bancaire, qui est née en France dans les années 70, elle s'est portée principalement sur les produits vie et épargne.

1. les fondements de la Bancassurance

La Bancassurance est perçue comme un néologisme d'origine française apparu dans les années 1980, qui désigne les différents modes de rapprochement entre les établissements bancaires et les sociétés d'assurance. Plusieurs intervenants ont donné de diverses définitions pour décrire ce phénomène.

Selon *Alain Borderie et Michel Lafitte*⁽¹²⁾, elle a fait l'objet de trois définitions comme suit :

La première définition est classique, mais aussi la plus restrictive, elle consiste à définir la bancassurance comme *une activité de distribution d'assurance aux guichets des banques. Où la banque se limite à la distribution des produits d'assurance en utilisant ses guichets bancaires, sans qu'elle ne s'occupe de la production ou du règlement des sinistres qui sont à la charge de l'assureur.*

La deuxième définition est moins restrictive, elle consiste à envisager la bancassurance comme *un mode de distribution de produits d'assurance aux guichets des banques, des établissements financiers et de la grande distribution par le biais de ses filiales financières.* Cette définition a inclus la distribution des produits d'assurance par d'autres réseaux non bancaires.

Troisième forme de la Bancassurance consiste à *la création de conglomerats financiers associant*

des organismes bancaires et d'assurance : elle comprend deux composantes, l'une capitalistique entre une banque et un assureur, l'autre de vente par leurs réseaux respectifs des produits bancaires et d'assurance.

Selon *JeanPierre DANIEL*, la Bancassurance désigne dans son acception *la plus simple, la distribution par les guichets bancaires de produits d'assurances* ⁽¹³⁾.

Il trouve que la Bancassurance *constitue une évolution majeure de la distribution des produits financiers* ⁽¹⁴⁾

A partir de ces définitions différentes, on peut dire que le terme de la bancassurance désigne *les efforts des banques pour pénétrer le marché de l'assurance.* Son objectif peut être commercial, se traduisant par la vente de contrats d'assurance par les banques ou la distribution de produits financiers par les assureurs, ou structurel allant de la recherche de partenariat à la création de conglomerat, un ensemble de sociétés liées entre elles par des liens capitalistiques offrant au public une panoplie des services financiers et notamment des activités bancaires et des opérations d'assurances.

Il existe plusieurs modèles de rapprochement entre les banques et les compagnies d'assurances, dont on peut résumer dans trois catégories principales :

L'accord de distribution : C'est la forme la plus simple de la Bancassurance, Dans ce modèle, les banques agissent comme des intermédiaires offrant des produits d'assurances à plus d'une compagnie d'assurance contre des commissions de distribution payées habituellement par la compagnie d'assurance ⁽¹⁵⁾.

Joint-venture : Ce modèle consiste en la création d'une nouvelle société d'assurance en copropriété, qui est souvent détenue à 50% par un partenaire d'assurance et à 50% par la banque. Les compagnies d'assurance assument généralement la responsabilité de contrôle et de gestion des risques alors que la banque est responsable du processus de distribution ⁽¹⁶⁾.

Intégration complète : Ce modèle consiste à la création d'une compagnie d'assurance détenue par une banque. Cette stratégie est très courante en France, à titre d'exemple ⁽¹⁷⁾ *le crédit agricole avec Prédica et Pacifica*.

Ces formes de rapprochement entre les banques et les compagnies d'assurance qui diffèrent d'un pays à l'autre présentent plusieurs avantages et inconvénients résumés dans le tableau suivant :

Tableau 05. 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 (moins onéreux)	- Manque de flexibilité pour le lancement de nouveaux produits. - possibilité de divergence dans les cultures d'entreprises.	Etats Unis, Allemagne, Royaume Unis, Japon et Corée du Sud.
Joint-venture	Banque associée à une ou plusieurs compagnies d'assurances	Transfert de Savoir-faire	Gestion difficile sur le long terme.	Italie, Espagne, Portugal, Corée du Sud.
Intégration complète	Création d'une filiale ex-nihilo	Culture d'entreprise maintenue	Investissement élevé	France, Espagne, Belgique, Royaume-Uni.

Source : Marjorie Chevalier, Carole Launay et Bérangère Mainguy, *analyse de la situation de la Bancassurance dans le monde*, Focus, Scor, France, Oct 2005, p 5.

On peut dire qu'il n'y a pas un modèle idéal qui devrait être suivi pour mener une approche entre les banques et les compagnies d'assurance, mais chaque institution (banque et compagnie d'assurance) devrait chercher le modèle qui lui convient et qui peut s'adapter à ses besoins en tenant compte de l'environnement social, économique, culturel et réglementaire du marché.

2. Historique de la Bancassurance en France

Devant la diversité des différents canaux de distribution de l'assurance en France, la bancassurance est passée par différentes étapes qui se résument comme suit :

- L'année 1970 marque la naissance de la bancassurance, un mode de distribution de l'assurance qui était associé au crédit. En même temps que la banque faisait souscrire à un crédit, elle incitait l'emprunteur à adhérer au contrat de « son » assureur ⁽¹⁸⁾.

- En 1971, la fédération du Crédit mutuel a commencé à pratiquer la bancassurance en créant les Assurances du Crédit mutuel Vie (ACM Vie) et les assurances du Crédit mutuel IARD (ACM IARD) en les dotant d'un statut de mutuelle ⁽¹⁹⁾.

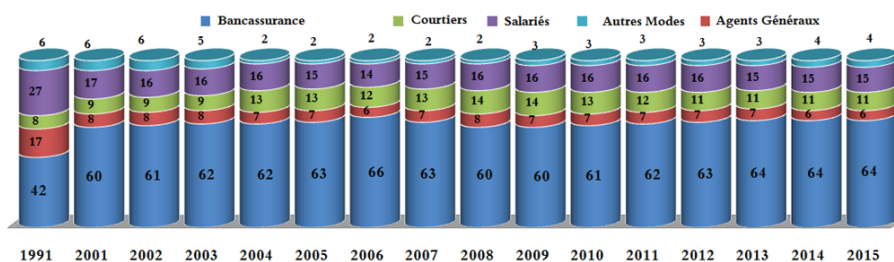
- Deux ans après la création des assurances du crédit mutuel, soit en 1973, (Kleber-vie) qui devient peu de temps après (CARDIF) un groupe d'assurance vie.

- Mais la Bancassurance a réellement connu son essor au cours des années 1980 allant jusqu'à la fusion banque-assurance. Les branches développées se limitaient à l'assurance vie et santé ⁽²⁰⁾. Ainsi tous les grands réseaux bancaires se lancent à leur tour dans l'assurance vie avec la création de filiales captives ou en partenariat.

- En 1986, *Le Crédit Agricole* a créé ses propres deux filiales, la première appelée PREDICA spécialisée dans l'assurance-vie, et la deuxième en 1989, est nommée PACIFICA, spécialisée dans les assurances de dommages.

Le développement de l'assurance-vie a connu en France une véritable explosion dû à la bancassurance, où la part de marché de la Bancassurance pour l'assurance-vie est passée de 42% ⁽²¹⁾ en 1991 à 64% en 2015 ⁽²²⁾ comme le montre la figure n°03 ⁽²⁵⁾ :

Figure n°03 : Evolution de la part de marché de l'assurance vie selon le mode de distribution en France (%) période (1991-2015)



Source : Sur la base des Données :

- Fédération française de l'assurance (FFA), *Tableau de Bord 2015 de l'assurance*, Août 2016, p35.
- Fédération française des sociétés d'assurance (FFSA), *La revue de l'année 2011*, juin 2012, p102.
- Jean-René BECKER, *La distribution de l'assurance à l'ère digitale : évolution ou révolution?*, les travaux de l'ENASS, école nationale d'assurances, thèse professionnelle pour l'obtention du MBA Manager d'entreprise, Paris, 2012, P 24.

Ce que nous remarquons de la figure ci-dessus :

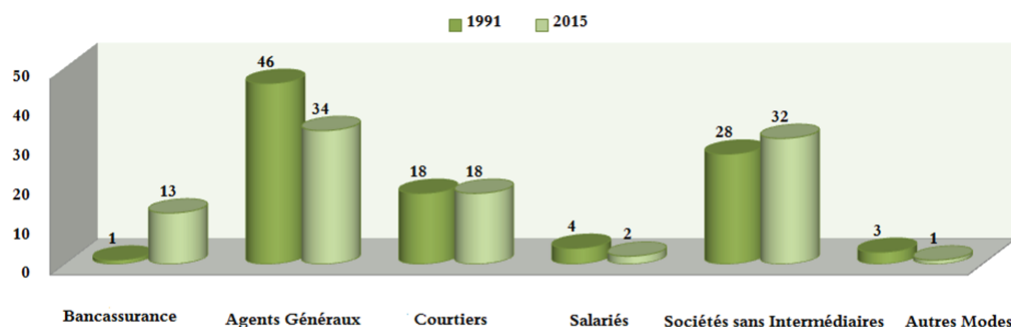
Sur les 25 dernières années disponibles 1991 à 2015, on constate une baisse des parts de marché des différents canaux de distribution, à l'exception des courtiers d'assurance et de la bancassurance, où cette dernière est considérée comme le canal de distribution dominant sur le marché de l'assurance-vie.

- Au cours des années 1990, après la belle performance réalisée dans l'assurance vie, les bancassureurs

se sont lancés dans l'assurance de dommages, les précurseurs en la matière sont le Crédit Mutuel et le Crédit Agricole⁽²⁴⁾.

En ce qui concerne l'année 1990, et en raison de la bonne performance des banques françaises dans le domaine de l'assurance-vie, elles ont décidé de diversifier leurs activités en investissant dans les branches d'assurance de dommages, en termes de part de marché elle est passée de 1% en 1991 pour atteindre 13% en 2015, comme indiqué dans la figure suivante : ⁽²⁵⁾

Figure n°04 : Evolution de la part de marché de l'assurance dommages selon le mode de distribution en France (%) Période (1991/2015)



Source :

- Fédération française des sociétés d'assurance (FFSA), *Tableau de bord de l'assurance*, Août 2016, p35 ;
- Maimouna DIARRA, *La distribution de l'assurance dans la zone CLIMA, quels modèles pour demain ?* Les travaux de l'ENASS, école nationale d'assurances, thèse professionnelle pour l'obtention du MBA Manager d'entreprise majeure assurance, Paris, 2013, P 43.

Ce qu'on constate de la figure ci-dessus que la part de marché de l'assurance dommages est dominée par les agents généraux et les sociétés sans intermédiaires à hauteur de 66% en 2015.

3. Contexte globale de la Bancassurance en Algérie

L'idée de la Bancassurance est émergée en Algérie dans les années 80, où la CNEP Banque a instauré en 1988 un fonds de garantie pour assurer elle-même ses

clients emprunteurs, le fonds garantissait le paiement du solde restant dû des crédits consentis aux clients en cas de décès.

Avec la promulgation de l'ordonnance 95/07 sur les assurances en 25/01/1995, qui a empêché toute institution autre que la compagnie d'assurance d'exécuter les opérations de l'assurance, la CNEP Banque a renoncé à son fonds de garantie et a conclu une nouvelle convention de partenariat avec la Compagnie algérienne des assurances(SAA) le 22/10/2003 entré en vigueur le 01/01/2004.

Toutefois, la Bancassurance a connu son premier démarrage en Algérie suite à la promulgation de la loi 06/04 du 20/02/2006 modifiant et complétant l'ordonnance n° 95/07 du 25/01/1995 relative à l'assurance qui a permis la distribution des produits d'assurance par le biais des banques, institutions financières et autres.

L'activité *Bancassurance* en Algérie est régie par un ensemble de règlements législatifs comme expliqué ci-dessous :

a. L'ordonnance 03-11 du 26/08/2003 relative à la monnaie et au crédit

L'article 72 de la loi 03-11 relative à la monnaie et au crédit autorise les banques à effectuer certaines autres opérations connexes ou complémentaires à leurs activités telles que les placements, les souscriptions, les achats, la gestion, la garde et la vente de valeurs mobilières et de tout produit financier⁽²⁶⁾.

b. Loi n° 06-04 du 20/02/2006 relative à l'assurance

La promulgation de la loi n° 06/04 modifiant et complétant l'ordonnance 95/07 relative à l'assurance a adopté une série de mesures préliminaires pour la revitalisation et le développement du secteur de l'assurance en Algérie en particulier l'assurance de personnes qui est peu exploitée sur le marché de l'assurance algérien.

Ces mesures portent sur la séparation entre l'activité d'assurance des personnes et l'activité d'assurance

dommages et l'expansion de la distribution des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution. En conséquence, et conformément aux dispositions de l'article 53 de la loi susmentionnée, la pratique de la Bancassurance en Algérie était permise.

c. Décret exécutif n° 07/153 du 22/05/2007

Ce décret a pour objet de fixer les modalités et conditions de distribution des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution notamment ce qui concerne :

- La possibilité de distribuer des produits d'assurance par le biais des banques, établissements financiers et assimilés, et d'autres réseaux de distribution ;
- La distribution des produits d'assurance peuvent être présentée sur la base d'une ou plusieurs conventions de distribution ;
- Les organismes cités ci-dessus agissent en qualité de mandataires des sociétés d'assurances ;
- la société d'assurance doit dispenser un stage d'au moins 96 heures effectives portant sur les opérations d'assurance à distribuer et sanctionné par une attestation ;
- 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 qui doit mentionner les agences, les produits d'assurance à distribuer, la commission de distribution, la rémunération du mandataire, les pouvoirs en matière d'encaissement de primes, de délai de transfert des primes à l'assureur, de gestion et de règlement des sinistres ;
- L'activité de la distribution de produits d'assurance par le biais de banques, établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution est soumise au contrôle de la commission de supervision des assurances.

d. Arrêté du 06/08/2007

Dans le cadre de la distribution des produits d'assurance, les banques, les établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution bénéficient d'une commission de distribution calculée en pourcentage du montant net des droits et taxes.

Pour ce, l'arrêté⁽²⁸⁾ du 06/08/2007 a fixé les produits d'assurance pouvant être distribués par les organismes cités en supra ainsi que les niveaux maximum de la commission de distribution indiqués dans le tableau suivant :

Tableau n°06 : les produits d'assurance à distribuer par Les banques, ainsi que les niveaux maximum de la commission de distribution.

N° d'ordre	Produits à distribuer	Les niveaux maximum de la commission de distribution
1	Assurance de personne	
1.1	(Capitalisation)	40% de la première prime et 10% des primes annuelles suivantes durant toute la durée du contrat
1.2	accidents, maladie, assistance, vie et décès.	15%
2	Assurances crédits	10%
3	Assurance des risques simples d'habitation	
3.1	Multirisques habitation	32%
3.2	Assurance obligatoire des risques catastrophiques	5%
4	Assurance risques agricoles	10%

Source : sur la base de l'arrêté du 06/08/2007, journal officiel de la république algérienne, n° 59.

III. Enjeux et perspectives de développement de la Bancassurance

Le développement de la bancassurance a été favorisé par plusieurs facteurs mais aussi cette approche de développement de l'industrie d'assurance combine des enjeux importants soit pour les banques ou pour les compagnies d'assurance.

1. Les facteurs clés de succès de la Bancassurance en France

La réussite de la bancassurance en France a été favorisée par la combinaison de plusieurs facteurs qu'on peut résumer comme suit :

- Des grandes banques françaises et des banques coopératives qui possèdent des réseaux de filiales extrêmement denses⁽²⁹⁾;
- L'importance relativement faible des agents autonomes pour la vente de polices d'assurance, ce qui a facilité l'entrée sur le marché de la distribution de produits standardisés aux guichets bancaires⁽³⁰⁾;
- Le scepticisme croissant des Français à l'égard de leur système de prévoyance sociale, qui a également créé un environnement favorable aux banques⁽³¹⁾.

Ainsi que :

- la législation et la réglementation y ont été très tôt libérales, autorisant la banque à intervenir pleinement dans le domaine de l'assurance, à détenir des filiales d'assurance et à commercialiser à travers son réseau des produits d'assurance⁽³²⁾ ;
- une fiscalité particulièrement favorable à l'assurance vie y a permis un développement rapide et important de ce produit phare de la bancassurance⁽³³⁾ ;
- les banquiers, forts de leur expérience bancaire, ont su dessiner des produits simples et aisés à comprendre, qui leur a permis de gagner une clientèle de masse ;
- Les banques se disposent d'une base de clientèle très large, qui a rendu la pénétration du marché très aisée ;
- la capacité des banques à faire baisser de façon significative les coûts de distribution (coût marginal faible), en vendant les contrats dans leurs agences, avec leurs guichetiers ou chargés de clientèle, ou les frais perçus (les chargements) étaient sensiblement inférieurs à ceux proposés par les assureurs traditionnels.

2. Les facteurs clés de succès de la Bancassurance

en Algérie

A l'instar des différents pays dans le monde qui ont connu un succès de la Bancassurance, le développement de ce modèle en Algérie nécessite une conjonction de multiples facteurs qui joueront un rôle important dans l'expansion et le renforcement de la Bancassurance parmi lesquels :

- **Le cadre juridique** : Les lois réglementaires et les législations qui étaient à la faveur de la déréglementation et de la libéralisation progressive des activités financières, sont parmi les facteurs les plus importants dans le succès de la Bancassurance dans n'importe quel pays.

La promulgation de la loi 06/04 du 20/02/2006 modifiant et complétant l'ordonnance 95/07 relative à l'assurance pourra être le premier facteur clé de succès de développement de la Bancassurance en Algérie.

- **Le cadre fiscal** : Le développement de la Bancassurance reste fortement conditionné par une fiscalité avantageuse.

Le législateur algérien a adopté un certain nombre de lois législatives à partir de 1996, à savoir :

a. la loi de finances de 1996, qui stipule que les produits d'assurance pour les personnes sont exonérés de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) ;

b. la loi complémentaire sur les finances de 2006 ⁽³⁵⁾ (l'article 4 prévoit un avantage fiscal important pour les personnes qui souscrivent volontairement un contrat d'assurance de personnes (individuel ou collectif), d'une durée minimal de 08 ans, et qui bénéficient au titre de l'impôt sur le revenu global (IRG), d'un abattement égal à 25% du montant de la prime nette versée annuellement, dans la limite de 20 000 DA).

- **Le Réseau Bancaire** : Le réseau bancaire contribue à la création du besoin et à accroître la clientèle potentielle des compagnies d'assurance. Selon les statistiques, le réseau bancaire en Algérie comprend 1557 ⁽³⁶⁾ agence en 2015 contre 1183 en 2004 ⁽³⁷⁾, soit un guichet pour 25 660 habitants.

- **Libéralisation du secteur bancaire devant les succursales de banques étrangères** : l'entrée de succursales de banques étrangères sur le marché

bancaire algérien, comme *BNP Paribas Algérie, Société Générale Algérie, Natixis, Trust Bank of Algeria*, peut contribuer davantage au développement de la bancassurance en Algérie, en raison de leur expérience étendue dans le domaine de l'assurance.

- **Le Taux de pénétration de l'assurance** : le faible taux de pénétration en assurance est un facteur clé de la réussite et de l'évolution de *Bancassurance* et qui représente (0.8% en 2015), ce qui confirme que le marché algérien a un fort potentiel de croissance non exploité.

- **Nouveaux produits bancaires pour les particuliers**: Offrir une variété de crédits destinés aux particuliers en Algérie tels que : crédits immobiliers, crédits véhicules, crédits à la consommation, nécessitent de fournir des produits d'assurance complémentaires, permet de développer la fidélisation de la clientèle existante et acquérir de nouveaux clients potentiels et avoir un impact positif sur le développement de la *bancassurance*.

3. Evolution de la Bancassurance

En France : la part de marché de la Bancassurance a évolué pour divers produits proposés de l'assurance-vie et l'assurance dommages aux clients, comme illustré dans les deux points suivants :

3.1. Assurance de personne en France

L'assurance de personne est composée des produits principaux suivants :

- **Produits de retraite et d'épargne** : qui comprennent l'assurance vie et l'assurance capitalisation.

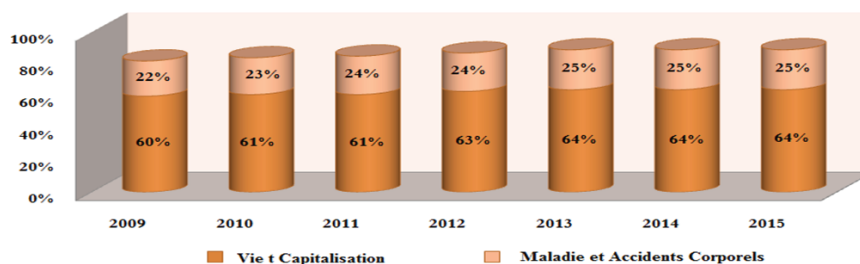
- **Les produits prévoyance** : qui comprennent l'assurance-décès, Maladies et les Accidents Corporels.

La Bancassurance s'est considérablement développé en terme de produits vie et capitalisation, qui est devenue par la suite le premier acteur de ce segment avec une part de marché conséquente et en forte croissance à partir du début des années 1980, dont le taux de croissance annuel moyen de 4% ⁽³⁸⁾ du début des années 1980 à l'année 2000.

La part de marché de la bancassurance du marché de l'assurance vie et capitalisation a pu atteindre les 64%

en 2015 comme indiqué dans la figure suivante⁽³⁹⁾:

*Figure n°05 : Part de marché de la Bancassurance du marché de l'assurance de personne en France (%).
Période: 2009/2015*



Source : Association française de l'assurance, direction des études et des statistiques, *Les assurances de personnes, données clés, FFA, France, Années (2009-2015)*.

On observe que :

- La Bancassurance continue sa progression en représentant la plus grande part de marché de l'assurance-vie et capitalisation, avec environ 64% en 2015 tout en restant stable au cours des trois dernières années (2013, 2014 et 2015) ;
- Une régression de tous les modes de distribution pour les assurances vie et capitalisation, dont leur part de marché représentait 36% en 2015, après avoir été établie à 40% en 2009 en faveur de la Bancassurance;
- Les autres modes de distribution qui étaient toujours dominants sur le marché des assurances maladies et accident corporels sont en perte, leur part de marché a progressivement baissé, elle est passée de 78% en 2009, pour avoir les 75% en 2015 en faveur de la Bancassurance, la part de marché de cette dernière pour ce type d'assurance est passée de 22% à 25%

pour la même période.

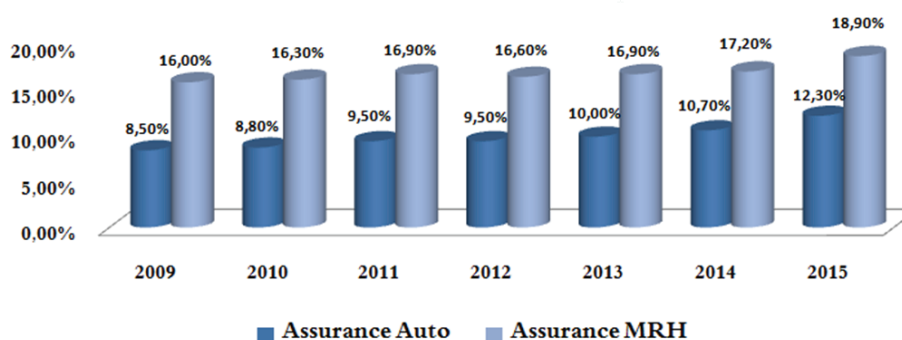
Ce qui signifie que la Bancassurance poursuit ses efforts pour obtenir plus de parts de marché dans les différentes branches d'assurance.

3.2. Assurance dommages en France

Après avoir conquis le marché de l'assurance vie, qui représente le prolongement naturel de l'épargne, les Banques ont abordé peu à peu l'assurance dommages, sur ce segment, la distribution par le biais du réseau bancaire s'est développée plus tardivement qu'en assurance vie, en se concentrant sur les produits les plus standardisés destinés aux particuliers, comme l'assurance automobile et l'assurance des multirisques habitations « MRH ».

La figure suivante nous montre le développement des cotisations de la Bancassurance en assurance dommages (Auto et MRH) (%) pour la période allant de 2009 à 2015.

*Figure n°6 : La part de marché de la Bancassurance en assurances dommages (Auto et MRH)
Période : 2009 à 2015*



Source : Association française de l'assurance, direction des études et des statistiques, *Les assurances de biens et de responsabilité, données clés, FFSA, France, années (2009-2015)*.

La Bancassurance a atteint une part de marché de 18.90% du marché global de l'assurance MRH, et 12.30% du marché global de l'assurance automobile.

L'assurance dommages est en croissance constante depuis le début des années 1990 pour atteindre une part de marché de 13%⁽⁴⁰⁾ de la part de marché globale de l'assurance dommages en 2014.

Nous notons que les assureurs traditionnels dominent le marché de l'assurance dommages, en soulignant également que les bancassureurs sont un grand potentiel de croissance, de sorte que leur part de marché augmente de manière continue et régulière.

Nous notons également que le secteur de l'assurance dommages peut constituer un relai de croissance très important pour les bancassureurs, car la banque doit maintenir sa relation avec le client en fournissant une large gamme et une variété des produits bancaires et d'assurance.

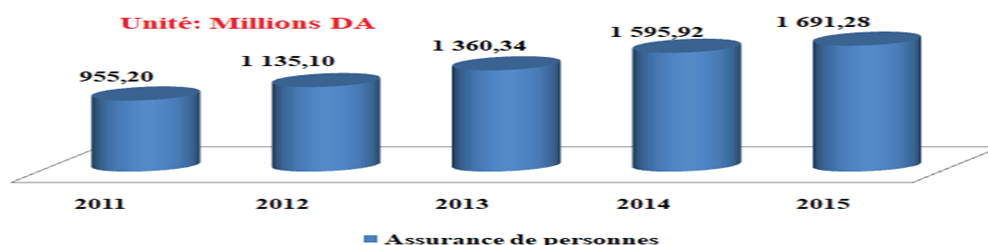
En Algérie : le marché des assurances compte 30 conventions de distribution entre les banques et les compagnies d'assurance, retenant environ 750 agences bancaires destinées à la commercialisation des produits d'assurances, ce qui a permis à la Bancassurance de dégager un chiffre d'affaires de 2,2 milliards DA en 2015.

La part de marché de la Bancassurance en Algérie a évolué pour divers produits proposés de l'assurance-vie et l'assurance dommages aux clients, comme illustré dans les deux points suivants :

3.3. Assurance de personne en Algérie

L'assurance de personnes est la première en terme de part de marché de la Bancassurance en Algérie, où elle augmente continuellement d'une année à l'autre, passant de 955,20 millions DA en 2011 pour atteindre 1691,28 millions DA en 2015 (voir figure suivante), en représentant 76,66% du chiffre d'affaires global de la Bancassurance pour l'année 2015 ⁽⁴¹⁾.

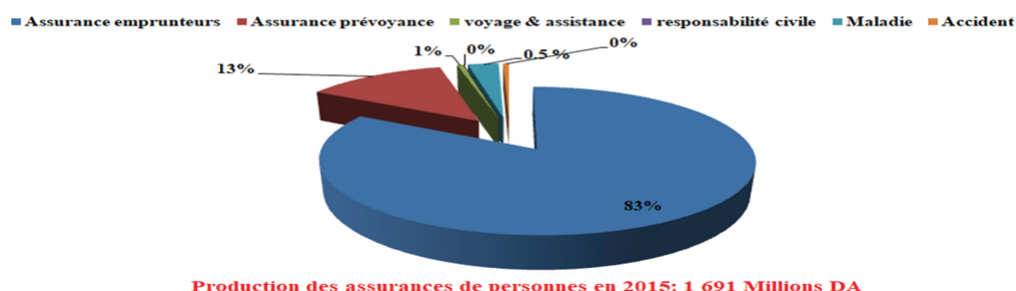
Figure n°07 : Evolution de la part de marché de la Bancassurance (l'assurance de personne) en Algérie (Millions de DA) Période : 2011/2015



Source : statistiques Bancassurance, direction des assurances, ministère de finance, Algérie, 2011-2015.

Le chiffre d'affaire de l'année 2015 de l'assurance de personne se divise selon les différentes branches de ce segment comme suit :

Figure n°08 : Répartition du chiffre d'affaire Bancassurance selon les différentes branches de l'assurance de personne Année : 2015



Production des assurances de personnes en 2015: 1 691 Millions DA

Source : statistiques Bancassurance, direction des assurances, ministère de finance, Algérie, 2015.

D'après la figure n° 08, il est à noter que l'assurance des emprunteurs représente la plus grande part de marché à hauteur de 83% de la production globale des assurances de personne en matière de la Bancassurance suite en sa relation avec l'activité principale des banques qui est l'octroi des crédits.

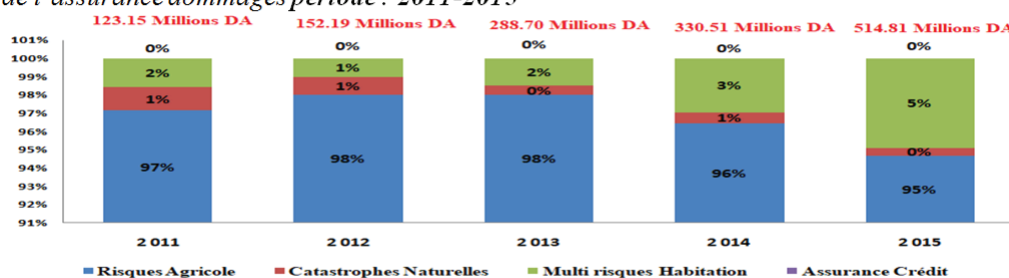
Par ailleurs, l'assurance des personnes en matière de la Bancassurance représente 22% de la production globale de l'assurance de personne (vie-décès et maladie), répartie entre l'assurance vie – décès et

assurance maladie avec 52% et 10% respectivement.

3.4. Assurance dommages en Algérie

La part de marché de la bancassurance pour l'assurance de dommages a connu une évolution pour la période de 2011 à 2015, dont le montant des primes est passé de 123.15 millions de DA en 2011 pour atteindre 514.81 millions de DA en 2015, en représentant 23.34% du chiffre d'affaires global de la Bancassurance pour l'année 2015, comme le montre la figure suivante :

Figure n°09 : Répartition du chiffre d'affaire Bancassurance selon les différentes branches de l'assurance dommages période : 2011-2015



Source : statistiques Bancassurance, direction des assurances, ministère de finance, Algérie, 2011-2015.

Parmi les produits d'assurance dommages distribués par les banques, l'assurance des risques agricoles s'est classée au premier rang avec 95%, suivie de l'assurance multirisques habitation avec 5%, par contre les assurances catastrophes naturelles et assurances crédits représentent 0% de la production globale.

4. Perspectives de développement

Après avoir connu un grand développement de la Bancassurance en France qui peut être expliqué par la législation favorable, une fiscalité avantageuse et un réseau dense d'agences bancaires qui réalise une part de marché de 60% sur les produits d'assurance vie, les Bancassureurs français ont commencé à élargir leur champ d'action pour développer le modèle de la Bancassurance, notamment :

- Considérer le marché de l'assurance non vie comme un nouveau marché de croissance, suite à l'évolution timide de la bancassurance sur ce segment, où les banques françaises ont pu réaliser une part de marché de 13% en 2015.
- Enquête de nouveaux marchés grâce à des nouvelles stratégies d'alliances et de partenariats

transnationaux.

Dans une perspective comparative avec la France, la Bancassurance en Algérie à un avenir prometteur, elle pourra profiter de plusieurs facteurs tels que le faible taux de pénétration de l'assurance (0.8% en 2015), la qualité du réseau bancaire et la relation banque-client et la faiblesse des coûts de distribution pour consolider son positionnement sur le marché de l'assurance notamment :

- Consolidation du positionnement sur l'assurance vie;
- La part de marché des banques devra atteindre les 60% sur le marché de l'assurance vie, à l'instar de la France ;
- Renforcer la relation banque –client en commercialisant des nouveaux produits d'assurance qui répondent aux besoins de la clientèle en matière de couverture complémentaire retraite.
- L'institution de la bancassurance, la séparation des activités dommages et vie, la création de nouvelles filiales sont autant de facteurs qui permettent d'espérer la relance des assurances de personnes et de capitalisation, considérées comme source essentielle

de promotion de l'épargne ;

- Explorer d'autres branches d'assurances très peu exploités tels que les assurances de personnes, l'assurance des agriculteurs et l'assurance des particuliers qui doivent constituer les fondements du développement futur de l'activité de la Bancassurance en Algérie ;
- renforcement de la stratégie de groupe banque - assurance en la création de nouvelles filiales.

Par conséquent, le marché de la Bancassurance en Algérie reste, en effet, très porteur eu égard aux segments de marché de l'assurance des particuliers notamment, qui informe sur les capacités de développement restant à exploiter.

Conclusion

La France c'est l'un des pays où le développement de la bancassurance a connu une croissance notable dans le secteur vie et capitalisation, ce succès a été favorisé par la combinaison de plusieurs facteurs, plus particulièrement la législation et la réglementation très tôt libérales facilitant aux banques d'entamer le domaine de l'assurance, une fiscalité avantageuse à l'assurance-vie et un réseau dense d'agences bancaires permettant aux banques de distribuer les produits d'assurance à un coût marginal faible.

En Algérie, la Bancassurance est devenu une réalité effective à partir de 2008 en établissant plusieurs accords de partenariat entre les banques et les compagnies d'assurance, Cette dernière a été conçue comme une mesure devant favoriser l'émergence d'un nouveau segment de marché et la diversification, vers d'autres branches, de l'activité des assurances, dont elle couvre essentiellement les assurances de personnes mais également les assurances de particuliers peu exploités sur le marché.

Les banques algériennes accusent un retard en la matière mais le secteur de l'assurance reste fortement prometteur suite à un ensemble de facteurs qui contribueront sûrement à l'émergence de la Bancassurance en Algérie

Dans cette étude, il a été obtenu un ensemble de résultats qui peuvent être résumés comme suit :

- L'entrée des Banques dans le secteur d'assurance c'est fait au moment où le marché de l'assurance-

vie émergeait et menaçait les produits bancaires traditionnels ;

- Les banques françaises ont été les principaux acteurs de l'assurance vie en raison de sa similitude avec la principale activité de la Banque qui est la mobilisation de l'épargne à long terme, en réalisant une part de marché de 64% de la part globale du marché de l'assurance vie en 2015 ;
- Après avoir réalisé un succès remarquable en commercialisant les produits d'assurance vie, les banques françaises se sont réorientées vers le secteur de l'assurance dommages en traitant progressivement et avec précaution les différentes branches d'assurance non-vie et particulièrement l'assurance automobile et l'assurance multi- risque habitation ;

- Sur un marché d'assurance vie en forte expansion, les banques ont su créer et vendre des produits simples et facile à comprendre, qui leur ont permis de gagner une clientèle de masse ;

Après avoir connu un grand développement, les Bancassureurs en France ont commencé à élargir leur champ d'action pour développer le modèle de la Bancassurance, notamment en ciblant de nouveaux marchés pour s'implanter dans les pays où le taux de pénétration de l'assurance était encore restreint et la Bancassurance est en train d'émerger.

Cependant, la percée de la bancassurance en Algérie dépendra de plusieurs facteurs exogènes, notamment, le cadre légal et fiscal du secteur financier et le faible taux de pénétration de l'assurance vie, mais la réunion de multiples facteurs pourra encourager cette approche de développer l'assurance notamment :

- La promulgation de la loi 06/04 modifiant et complétant l'ordonnance 95/07 relative à l'assurance permettant aux banques de commercialiser les produits d'assurance ;
- Le cadre réglementaire et fiscal encourageant les assurances de personnes, introduit par la loi de finance de 2006 ;

Le marché de la Bancassurance en Algérie est très prometteur, les banques algériennes devront accompagner la croissance des produits d'assurance vie afin de consolider leur positionnement sur ce segment. Ainsi, la part de marché des banques devra

atteindre les 60% du marché de l'assurance vie, à l'instar de la France.

Enfin, on peut conclure que l'expérience française en la matière doit servir de référence aux banques algériennes dans leurs démarches pour le développement et l'expansion de la Bancassurance en Algérie.

Références Bibliographiques

- 1- Les Assurances de personne, Données Clés 2015, Fédération Française de l'Assurance (FFA) France, juillet 2016, p4.
- 2-Tableau de bord 2015 de l'assurance, Fédération Française de l'Assurance, France, Août 2016, p 18.
- 3-Rapport Sigma, l'assurance dans le monde 2015 : une croissance continue cachant des disparités régionales, Swiss-Re, Suisse, 2015 p 48.
- 4- Les Assurances de personne, Données Clés 2015, Fédération Française de l'Assurance (FFA) France, juillet 2016, p4.
- 5- RAPPORT Sigma, l'assurance dans le monde en 2015, Idem, p54.
- 6-Rapports Sigma, l'assurance dans le monde, Swiss-Re, Suisse, Années (2007-2015).
- 7-La densité d'assurance est le calcul du volume de primes par habitant dans un pays donné.
- 8-Rapports Sigma, Idem.
- 9-Fédération française des sociétés d'assurances (FFSA), rapport annuel 2014, France, juin 2015, p 68
- 10-Tableau de bord 2015 de l'assurance, Fédération Française de l'Assurance, France, 2015, p 35.
- 11-Direction des Assurances, l'activité des assurances en Algérie, 2015, ministère de finance, Algérie, 2015, p 04.
- 12-Alain Borderie et Michel Laffitte, La Bancassurance, stratégie et perspectives en France et en Europe, Revue banque, Paris, France, 2004, p 47,48.
- 13-Jean pierre DANIEL, les enjeux de la bancassurance, 2eme édition, édition de Verneuil, France, 1995, p7.
- 14- Jean pierre DANIEL, les enjeux de la bancassurance, Idem, p109.
- 15-Mark Teunissen, Bancassurance: tapping into the banking strength, the Geneva papers on Risk & Insurance – issues and practice, volume 33, issue N°3, United Kingdom, 1 July 2008, p 409, traduit par nous même, version originale: "In this model, the banks acts as an intermediary offering product of more than one insurance company. The insurance company usually pays distribution commissions to the bank".
- 16-ERNEST& YOUNG, Bancassurance: a winning formula, Insurance agenda, Australia, September 2010, p 3. traduit par nous même, version originale: « banks sells insurance products sourced from a company that is often 50% owned by an insurance partner of choice and 50% owned by the bank. Typically insurers take responsibility for controlling and managing risk. Banks are responsible for distribution".
- 17-Alain Borderie et Michel Laffitte, Idem, p 49.
- 18-Maimouna DIARRA, La distribution de l'assurance dans la zone CIMA, quels modèles pour demain ? les travaux de l'ENASS, école nationale d'assurances, thèse professionnelle pour l'obtention du MBA Manager d'entreprise majeure assurance, Paris, 2013, p 42.
- 19-Marjorie Chevalier, Carole Launay et Bérangère Mainguy, Bancassurance, analyse de la Bancassurance dans le monde, Focus, Scor vie, France, oct. 2005, p02.
- 20-Maimouna DIARRA, Idem, p 42.
- 21-Jean-René BECKER, La distribution de l'assurance à l'ère digitale: évolution ou révolution?, les travaux de l'ENASS, école nationale d'assurances, thèse professionnelle pour l'obtention du MBA Manager d'entreprise spécialisation assurance, Paris, 2012, P 24.
- 22-Fédération française de l'assurance (FFA), Tableau de Bord 2015 de l'assurance, Idem, p35.
- 23-Fédération française des sociétés d'assurance (FFSA), La revue de l'année 2011, France, juin 2012, p102.
- 24-YAO AYA Clémentine, Les nouveaux relais de croissance de la bancassurance, thèse professionnelle pour l'obtention du Manager d'entreprise d'assurances (MBA), Ecole nationale d'assurance, France, 2011, p 7.
- 25-Maimouna DIARRA, , Idem, p 44.
- 26-Ordonnance n° 03-11 du 26/08/2003 relative à la monnaie et au crédit, journal officiel de la république algérienne, n° 52 du 27/08/2003, p10.
- 27- Décret exécutif n° 07-153 du 22/05/2007 fixant les modalités et conditions de distribution des produits par les banques, établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution d'assurance, journal officiel de la république algérienne, n°35 du 23/05/2007, p 17.
- 28-Articles 2 et 4, arrêté du 06/08/2007 fixant les produits d'assurances pouvant être distribués par les banques, Etablissements financiers et assimilés ainsi que les niveaux maximum de la commission de distribution, journal officiel de la république algérienne, n°59 du 23/09/2007, p 16.
- 29-Cesare Ravara, la Bancassurance un concept promoteur sans être nouveau, Economic Briefings, n°12, édition crédit Suisse, Research Munich, Oct. 99, p 6.
- 30-Cesare Ravara, la Bancassurance un concept promoteur sans être nouveau, idem.
- 31-Cesare Ravara, la Bancassurance un concept promoteur sans être nouveau, idem.
- 32- P.Trainar, la bancassurance : généralisation ou déclin du modèle ? Revue d'économie financière, N°92 les nouvelles frontières de la finance, France, juin 2008, p 5.
- 33-P.Trainar, la bancassurance : généralisation ou déclin du modèle ? Idem.
- 34-P.Trainar, la bancassurance : généralisation ou déclin du modèle ? Idem.
- 35-Article 04, Ordonnance n° 06-04 du 15/07/2006, portant loi de finances complémentaire pour 2006, journal officielle de la république Algérienne, N° 47 du 19/07/2006, p03.
- 36-Rapport annuel Banque d'Algérie, Evolution économique et monétaire en Algérie, 2015, p 66.
- 37-Rapport annuel Banque d'Algérie, Evolution économique et monétaire en Algérie, 2004, p 74.
- 38-Les échos études, Le marché français de la Bancassurance, synthèse et perspectives, Mars 2016, France, p2, disponible sur le lien : journal officiel de la république Algérienne, n° 35 du 23/05/2007.
- 39-Association française de l'assurance, direction des études et des statistiques, Les assurances de personnes, données clés, FFA, France, Années (2009-2015).
- 40-Les échos études, Le marché français de la Bancassurance, Idem.
- 41-Statistiques de la Bancassurance, direction des assurances, ministère de finance, Algérie, 2015.