

التحول الرقمي في سوق التأمين الجزائري: قراءة تحليلية في تجربة الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR

بولقرون أميرة¹، بكاري خيرة²

1 جامعة جيجل، الجزائر، amira.boulkroun@univ-jijel.dz

2 جامعة جيجل، الجزائر، kheira.bekkari@univ-jijel.dz

تاريخ النشر: 2025/05/31

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة واقع التحول الرقمي في سوق التأمين الجزائري، من خلال تقديم قراءة تحليلية لتجربة الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين (CAAR) باعتبارها إحدى أهم الفاعلين في هذا القطاع. وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، انطلاقاً من عرض الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي وبيان أبعاده وأهميته في قطاع التأمين، وصولاً إلى تشخيص واقع تبني التكنولوجيات الرقمية داخل شركات التأمين الجزائرية. ويُظهر البحث أن التحول الرقمي لم يعد خياراً ثانوياً، بل أصبح ضرورة استراتيجية تفرضها متغيرات السوق وتزايد متطلبات الزبائن، خاصة في ظل تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال. كما توصلت الدراسة إلى أن شركة CAAR شرعت في إدماج بعض الأدوات الرقمية، لا سيما في مجال رقمنة الإجراءات، تحسين جودة الخدمة، وتطوير قنوات التواصل مع الزبائن، غير أن هذا التحول لا يزال جزئياً ويواجه عدة تحديات تنظيمية وتقنية وبشرية. وتخلص الدراسة إلى أن تسريع وتيرة التحول الرقمي في سوق التأمين الجزائري يتطلب وضع استراتيجية رقمية واضحة، وتعزيز الاستثمار في الموارد البشرية والتكنولوجية، بما يسمح بتحسين الأداء التنافسي لشركات التأمين وتلبية تطلعات المؤمن لهم.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، سوق التأمين الجزائري، الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين.

التصنيفات JEL: G22,O33,L86,M15

Abstract: This paper aims to examine the reality of digital transformation in the Algerian insurance market through an analytical reading of the experience of the Algerian Insurance and Reinsurance Company (CAAR), as one of the key actors in this sector. The study adopts a descriptive-analytical approach, starting with the presentation of the conceptual framework of digital transformation and highlighting its dimensions and importance in the insurance sector, before diagnosing the level of adoption of digital technologies within Algerian insurance companies. The findings indicate that digital transformation has become a strategic necessity imposed by market changes and the increasing expectations of

customers, particularly in the context of the rapid development of information and communication technologies. The study also reveals that CAAR has initiated the integration of certain digital tools, notably through the digitalization of procedures, the improvement of service quality, and the development of communication channels with customers. However, this transformation remains partial and faces several organizational, technical, and human challenges. The paper concludes that accelerating the pace of digital transformation in the Algerian insurance market requires the adoption of a clear digital strategy and greater investment in technological and human resources, in order to enhance the competitiveness of insurance companies and better meet policyholders' expectations.

Keywords: Digital transformation, Algerian insurance market, Algerian Insurance and Reinsurance Company.

JEL CODES : G22,O33,L86,M15

بولقرون أميرة ، amira.boulkroun@univ-jijel.dz

المقدمة:

يشهد قطاع التأمين في الجزائر خلال السنوات الأخيرة تحولات متسارعة نتيجة التطور المتزايد لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وما صاحب ذلك من توسّع في اعتماد الحلول الرقمية داخل مختلف القطاعات الاقتصادية. وقد فرض هذا الواقع الجديد على شركات التأمين ضرورة إعادة النظر في نماذج عملها التقليدية، من خلال تبني استراتيجيات قائمة على التحول الرقمي، بهدف تحسين الأداء المؤسسي، تسريع الإجراءات، والارتقاء بجودة الخدمات المقدمة للمؤمن لهم.

ويُعد سوق التأمين الجزائري من الأسواق التي تمتلك إمكانات نمو معتبرة، إلا أنه لا يزال يعاني من عدة اختلالات، من أبرزها محدودية توظيف التقنيات الرقمية، بطء الإجراءات الإدارية، وضعف الابتكار في تصميم وتقديم المنتجات التأمينية. وفي هذا السياق، أصبح التحول الرقمي أداة استراتيجية لتحديث القطاع، من خلال تحسين كفاءة العمليات الداخلية، تعزيز دقة معالجة البيانات، وتخفيض التكاليف التشغيلية، بما ينعكس إيجاباً على تنافسية شركات التأمين.

وتكتسي دراسة تجربة الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين (CAAR) أهمية خاصة، باعتبارها من أبرز المؤسسات الرائدة في سوق التأمين الجزائري، حيث تمثل نموذجاً مناسباً لتحليل واقع التحول الرقمي داخل القطاع، وتقييم مدى مساهمة الرقمنة في تحسين الأداء وتطوير الخدمات التأمينية. كما تسمح هذه الدراسة بفهم مستوى تقدم شركات التأمين الجزائرية في تبني الحلول الرقمية، وانعكاس ذلك على جودة الخدمات، ثقة المؤمن لهم، وديناميكية السوق.

وعليه، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم قراءة تحليلية لواقع التحول الرقمي في سوق التأمين الجزائري، من خلال تسليط الضوء على تجربة الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين (CAAR)، وبيان دور الرقمنة في تحسين كفاءة العمليات التأمينية وتعزيز التنافسية، إلى جانب تحديد أبرز التحديات التي تواجه مسار التحول الرقمي، واستشراف الآفاق المستقبلية لتطوير سوق التأمين الجزائري في ظل التحولات الرقمية المتسارعة.

وانطلاقاً مما سبق، يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

كيف يساهم التحول الرقمي في تطوير أداء الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين (CAAR) ؟

ويتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما واقع التحول الرقمي في الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين (CAAR)؟
- كيف ساهم اعتماد الحلول الرقمية في تحسين كفاءة العمليات وجودة الخدمات التأمينية داخل الشركة؟
- ما أبرز التحديات التي تواجه CAAR في مسار التحول الرقمي؟
- وللإجابة عن الإشكالية المطروحة، تنطلق الدراسة من الفرضيات التالية:
- يساهم التحول الرقمي بشكل إيجابي في تحسين أداء الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين (CAAR)؛
- يؤدي اعتماد التقنيات الرقمية إلى تبسيط إجراءات الاكتتاب وتسوية التعويضات وتحسين جودة الخدمات التأمينية؛

- يشكل ضعف البنية التحتية التكنولوجية ونقص الكفاءات الرقمية من أبرز العوائق أمام التحول الرقمي داخل CAAR؛
- يعزز التحول الرقمي تنافسية الشركة ويساهم في رفع مستوى رضا وثقة المؤمن لهم.

ولتحقيق أهداف الدراسة، تعتمد هذه المداخلة على المنهج الوصفي ، من خلال عرض الإطار النظري لمفهوم التحول الرقمي في قطاع التأمين، وتحليل تجربة الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين (CAAR)، بما يسمح بتشخيص واقع الرقمنة، تحديد التحديات القائمة، واستشراف آفاق تطوير سوق التأمين الجزائري في ظل التحول الرقمي.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي في قطاع التأمين

يقابل مصطلح "الرقمنة" لفظة "التحويل الرقمي" بالإنجليزية: Digitizing وهو هو عملية تمثيل الأجسام الصور الملفات أو الإشارات التماثلية باستخدام مجموعة منقطعة مكونة من نقاط منفصلة، ويتم استخدام هذا المصطلح عند تحويل المعلومات المرئية أو المسموعة، مثل النص أو الصور والأصوات إلى رمز ثنائي، فالمعلومات الرقمية أسهل في التخزين والوصول والإرسال وتستخدم الرقمنة بواسطة عدد من الأجهزة الإلكترونية الاستهلاكية. (مزهود، 2020، صفحة 133)

يعرف التحول الرقمي بشكل عام بأنه توظيف التكنولوجيا لإعادة بناء نماذج الأعمال بشكل أفضل، من خلال تزويدها بالسرعة والقدرة على التكيف، ويتعلق في مجال التأمين بالتحول التكنولوجي وأتمتة العمليات لتغيير التواصل بين العميل وشركة التأمين وتوليد البيانات الجديدة ويرى أن التحول الرقمي هو الاستفادة من قوة التكنولوجيا لإعادة النظر في نماذج أعمال التأمين واكتساب العملاء من خلال قنوات جديدة وخلق تجارب أساسية للعملاء. (شراقة، 2021، صفحة 245).

انطلاقاً من التعاريف السابقة يتضح بأن التحول الرقمي استراتيجي يشمل أتمتة عمليات التأمين وإعادة تصميم نماذج الأعمال وابتكارها من جديد لتكييفها مع المتطلبات الجديدة، وتعزيز جانب الكفاءة والسرعة فيها عبر إضافة أدوات رقمية وأساليب مبتكرة

لتحسين عمليات التأمين الحالية، وخلق قيمة مضافة جديدة للعملاء، فعلى اعتبار أن خدمة التأمين ذات طابع خاص وتتعلق بمنح وعد بالضمان، وأنها خدمة آجلة تنفذ لاحقا عند تحقق الخطر المحدد في العقد، فهذا يفرض على شركات التأمين ضرورة البحث دوما عن أساليب ابتكارية تستند على التكنولوجيا لإيصال هذه الخدمة لعملائها، وهذا معناه أن التحول الرقمي ليس مجرد وسيلة لمواكبة تغيرات السوق فقط بل هو عملية مستمرة للابتكار والبقاء في صدارة المنافسة.

أتاح الاقتصاد الرقمي إدخال تقنيات حديثة مثل الحوسبة السحابية، وتحليلات البيانات الضخمة، والتعلم الآلي، والذكاء الاصطناعي، الأمر الذي فرض على الشركات طلب مهارات جديدة من موظفيها لمواكبة هذه التغيرات والبقاء على اطلاع بأحدث الاتجاهات التكنولوجية الحديثة، بما يضمن استمرارها وقدرتها على المنافسة. ويعكس ذلك الأهمية البالغة للتحول الرقمي وتأثيره المباشر على مختلف القطاعات، لاسيما قطاع التأمين، ويمكن إبراز دور الرقمنة في تطوير قطاع التأمين في النقاط التالية: (kalem, 2024, pp. 310-311)

- تصميم منتج تأميني جديد "تعزيز الابتكار": تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) الابتكار بأنه: «مجموع الخطوات العلمية والتقنية والتجارية والمالية اللازمة للتطوير الناجح وتسويق المنتجات الصناعية الجديدة أو المحسنة، أو الاستخدام التجاري لأساليب وعمليات أو تجهيزات جديدة أو محسنة، أو إدخال أسلوب جديد للخدمات الاجتماعية، حيث لا يُعد البحث والتطوير سوى إحدى هذه الخطوات».

وعليه، يتعين على شركات التأمين طرح منتجات تأمينية جديدة في السوق بهدف زيادة حجم المبيعات وتقديم خدمات ذات جودة عالية وتكلفة أقل للمستهلكين، بما يمنحها طابع الكفاءة والفعالية ويعزز قدرتها التنافسية.

- الاستقطاب السريع واستهداف المؤمن لهم "التسويق": يعرف التسويق بأنه منهجية قائمة على الدراسة العلمية لرغبات المستهلكين، بما يسمح للمؤسسة بتحقيق أهدافها الربحية مع تقديم أفضل المنتجات والخدمات التي تتلاءم مع

السوق، وفي مجال التأمين، يتوجب على مديري التسويق في شركات التأمين وضع أنفسهم مكان المستهلكين، من خلال نظام متكامل من الأنشطة المتخصصة في التخطيط، والإعلان، والترويج، والتوزيع، وعرض الخدمات التأمينية بمختلف أشكالها، والتي تهدف إلى إشباع الحاجات الإنسانية والتقليل من حدة المخاطر التي تواجه الأفراد في حياتهم اليومية والعملية. ويتم ذلك في إطار عملية تبادلية بين الشركات وزبائنهم بما يحقق أهداف الطرفين.

- التسريع في تقديم الخدمات التأمينية: يساهم التحول الرقمي في تبسيط إجراءات العمل داخل شركات التأمين وتقليص مدة إصدار وثائق التأمين، حيث أصبح بالإمكان إصدارها في اليوم نفسه بدلاً من الانتظار عدة أيام، بفضل توفر جميع بيانات العملاء ضمن قواعد البيانات، وهو ما يعود بالفائدة المباشرة على المؤمن لهم من حيث توفير الوقت والجهد، كما تتيح التقنيات الرقمية إمكانية الدفع الإلكتروني لأقساط التأمين مباشرة من الحساب البنكي للعميل بعد موافقته، وفي حالة التعويض يتم تحويل المبلغ من حساب شركة التأمين إلى حساب المؤمن له دون الحاجة إلى إصدار شيكات بنكية والانتظار لصرفها، مما يساهم في توفير الوقت والجهد للطرفين

- تخفيض تكلفة الخدمات التأمينية وتحسين أدائها: يشير الخبراء إلى أنه خلال العقدين القادمين ستؤدي التكنولوجيا الرقمية إلى تخفيض كبير في أقساط التأمين في الدول الغربية بصفة عامة، وفي الولايات المتحدة الأمريكية بصفة خاصة، وذلك نتيجة تزويد السيارات بتقنيات تقلل من حوادث المرور مثل أنظمة كشف النقاط العمياء، وتجنب الاصطدام الأمامي، وتقنيات القيادة الذاتية، ومن جهة أخرى، ستؤدي هذه التقنيات إلى تقليص حجم التعويضات التي تتحملها

شركات التأمين سنوياً، مما يدفع إلى انتقال وثائق التأمين من مفهوم "التأمين ضد المخاطر" إلى مفهوم "تفادي المخاطر".

الفصل الثاني: تجربة الشركة الجزائرية للتأمين و إعادة التأمين CAAR في ظل التحول الرقمي

شهد قطاع التأمين في الجزائر نمواً ملحوظاً خلال السنوات الأخيرة، في ظل تطور وتنوع خدماته، إلى جانب وجود منافسة قوية بين شركات التأمين، وقد أدركت الجزائر أن الولوج إلى عالم التكنولوجيا الرقمية يُعد ضرورة حتمية تتطلب بذل الكثير من الوقت والجهد والاستثمارات المالية. وفي إطار مواكبة هذا التطور، قامت بتحديث نظام الدفع واعتماد وسائل الدفع الإلكتروني في قطاع التأمين، وقد تم إطلاق الدفع الإلكتروني على مستوى شركات التأمين بتاريخ 04 أكتوبر 2016، غير أن الإقبال على هذه الخدمة من طرف شركات التأمين ظلّ محدوداً بشكل ملحوظ. (Kalem, 2024, p. 312)

وفي سنة 2023 ضم سوق التأمين الجزائري ما مجموعه 25 شركة تأمين، موزعة بين شركات عمومية، خاصة، ومختلطة، من بينها 12 شركة تأمين على الأضرار، و 8 شركات متخصصة في التأمين على الحياة والصحة، في حين تنشط بقية الشركات في مجالات التأمين المتخصص، إعادة التأمين، والتأمين التكافلي. (Haddad & Boufoula, 2025, p. 40).

ومن أهم هذه الشركات شركة CAAR التي سيتم التطرق لها في ورقتنا البحثية هذه

1- لمحة تاريخية عن نشأة الشركة:

تعد الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين من أولى المؤسسات المالية في الجزائر، وهي شركة مساهمة، وأنشئت بموجب القانون 63/197 المؤرخ في 8 جوان 1963 باسم الصندوق الوطني للتأمين وإعادة التأمين، منذ نشأتها شهدت الشركة تحولات عديدة وعاشت مراحل متتالية عرفت من خلالها تغييراً مستمراً في نشاطها وطرق تسييرها وتطورت تبعا لتطور السياسة الاقتصادية للبلاد وتبعاً لشكل سوق التأمين الجزائرية. (عراس، 2019، صفحة 20).

2- مظاهر تبني الدفع الإلكتروني كآلية للتحويل الرقمي في شركة CAAR:

تعد الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين (CAAR) من الشركات العمومية العتيقة في الجزائر، فهي تملك شبكة تجارية واسعة وتحوز على (42) موزعا آليا للدفع الإلكتروني منذ أكتوبر 2016 أجرت أكثر من 100.000 معاملة دفع إلكتروني، وهذا يوضح مدى استعداد مؤسسات قطاع التأمين لدمج الرقمنة والتطبيقات التكنولوجية في مزاولة أنشطتها، وسيرها نحو التحول الرقمي، في سياق ذلك تم إبرام اتفاقية للدفع الإلكتروني لخدمة التأمين بين بنك (CPA) وشركة التأمين (CAAR)، وقد تضمنت الاتفاقية تطبيق هذا النوع من الاكتتاب عبر شبكة الإنترنت على منتج التأمين متعدد الأخطار للسكن بالشكل الذي يتيح لعملاء الشركة والحائزين الإلكتروني للشركة، على أن يوسع نطاق خدمة الدفع الإلكتروني لاحقا لتمتد لخدمات تأمين أخرى كتأمين الكوارث الطبيعية (CAT-NAT) ، أي أنه عبر الإنترنت ومن المنزل، يمكن للفرد الذي يملك بطاقة بنكية أو بريدية أن يؤمن نفسه سيارته مسكنه وغير ذلك من الأشياء والممتلكات التي يحوزها. (شراقة، 2021، الصفحات 253-254)

تجدر الإشارة إلى أن الشركة المذكورة سعت لتغيير أسلوب التواصل مع عملائها والجمهور، من خلال سير الآراء الذي أطلقته عبر موقعها الإلكتروني، وطرحت سؤالا تعلق بالجانب الذي يجب تطويره وتحسينه في نشاطها وهي إشارة واضحة لبداية التواصل الإلكتروني مع الأفراد والسعي لإنجاز معاملات التأمين إلكترونيا لاختصار خطوات التعامل التقليدي، وحل مشاكل عديدة في زمن وجيز وفي السياق ذاته شرعت شركة (CAARAMA) التابعة للشركة الأم (CAAR) والمتخصصة في تأمينات الأشخاص بتاريخ 2017.04.03 في إطلاق بوابة التأمين عبر الإنترنت بواسطة بطاقة (CIB) interbank والتي تدعم رقمنة الاقتصاد الوطني، وبذلك تبقى (CAARAMA) الشركة الوحيدة في القطاع التي توفر خدمة الإدارة عبر الإنترنت، مثل تمديد أو تأجيل الإقامة، تغيير الوجهة وغيرها. وهي أول من أطلق تطبيق المحمول (My caarama) في أبريل 2018 و تحميل هذا التطبيق

مجاني، ويوفر نفس المعلومات والميزات التي يقدمها الموقع على الويب مثل تقديم الشركة منتجاتها، خدماتها شبكاتها، ويسمح أيضا بإجراء جدول تقديري للأسعار إمكانية الدخول لمجموع نقاط البيع للشركة، وحتى توجيه الزبون إلى غاية وكالة التأمين الأقرب عن طريق ما يسمى : (Google Map)، وإجراء التبليغ عن الكوارث والحصول على مختلف المعلومات مما يعزز التواصل بين الشركة وعملائها وسعيا منها لتعميم وترسيخ فكرة الدفع الإلكتروني، وبمناسبة اليوم العالمي للبريد، أطلقت شركة (CAARAMA) الدفع عبر الإنترنت بواسطة بطاقة (EDAHABIA) لتمكين ملايين عملاء بريد الجزائر للاستفادة من صيغ التأمين على السفر (Mousafer). (شراقة، 2021، صفحة 254)

إن شركة التأمين CAAR تراهن بالفعل على استراتيجية الرقمنة، وهي سائرة في طريقها لرقمنة أعمالها في السنوات القادمة بشكل كامل، فهي الأولى التي وضعت نظام البيع الإلكتروني على موقعها في الإنترنت، وسيتم إطلاق خدمة الدفع عبر الهاتف النقال ووضع تطبيقات ملائمة تسمح بمعالجة أسرع الملفات التأمين عند توفر الإنترنت ذات التدفق العالي، حيث سيتمكن عملاء الشركة قريبا من الاكتتاب بعقود التأمين المختلفة عن بعد عبر خدمة (m-paiement)، وسيسمح هذا المشروع لحاملي البطاقات البنكية بشراء وثائق التأمين التي يختارونها باستخدام هواتفهم الذكية أو اللوحية أو الحاسوب الشخصي. (atlas، 2019).

الخاتمة:

خلصت هذه الدراسة إلى أن التحول الرقمي أصبح خيارًا استراتيجيًا لا غنى عنه لتطوير سوق التأمين الجزائري وتعزيز قدرته على التكيف مع التحولات الاقتصادية والتكنولوجية المتسارعة. وقد بيّن الإطار المفاهيمي أن الرقمنة لا تقتصر على إدخال الوسائل التكنولوجية الحديثة فحسب، بل تشمل إعادة تصميم نماذج الأعمال التأمينية، وتحسين العمليات الداخلية، وتعزيز العلاقة مع المؤمن لهم.

ومن خلال دراسة تجربة الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين (CAAR)، تبين أن الشركة قد خطت خطوات معتبرة في مسار التحول الرقمي، من خلال رقمنة بعض الإجراءات الإدارية،

تحسين قنوات التواصل مع الزبائن، وتطوير آليات تقديم الخدمات التأمينية، بما ساهم في تسريع المعاملات وتحسين جودة الخدمات. غير أن هذا التحول لا يزال جزئياً، ويواجه جملة من التحديات التنظيمية والتقنية والبشرية، أبرزها محدودية البنية التحتية الرقمية، نقص الكفاءات المتخصصة، ومقاومة التغيير داخل المؤسسات التأمينية.

نتائج الدراسة:

- يُعد التحول الرقمي أداة فعالة لتحسين كفاءة العمليات التأمينية وتسريع إجراءات الاكتتاب وتسوية التعويضات.
- ساهمت الرقمنة في تحسين جودة الخدمات التأمينية وتعزيز رضا وثقة المؤمن لهم.
- تجربة CAAR تعكس وجود وعي مؤسساتي بأهمية التحول الرقمي، إلا أن مستوى التطبيق لا يزال دون الإمكانيات المتاحة.
- تمثل التحديات التكنولوجية والبشرية والتنظيمية من أبرز العوائق أمام تعميم الرقمنة في قطاع التأمين الجزائري.
- يساهم التحول الرقمي في تعزيز تنافسية شركات التأمين وتحسين قدرتها على مواجهة المنافسة المحلية والدولية.

توصيات الدراسة:

- ضرورة وضع استراتيجية رقمية واضحة ومتكاملة داخل شركات التأمين، تتماشى مع متطلبات السوق والتطورات التكنولوجية.
- تكثيف الاستثمار في البنية التحتية الرقمية وتحديث الأنظمة المعلوماتية المعتمدة في النشاط التأميني.
- الاهتمام بتكوين الموارد البشرية وتنمية الكفاءات الرقمية، ونشر ثقافة التحول الرقمي داخل المؤسسات التأمينية.
- تعزيز التعاون بين شركات التأمين والهيئات التنظيمية لتوفير بيئة تشريعية محفزة تدعم الابتكار الرقمي.

- تشجيع تطوير منتجات وخدمات تأمينية رقمية تلبي احتياجات المؤمن لهم وتسهم في توسيع قاعدة الزبائن.

وفي الختام، فإن نجاح مسار التحول الرقمي في سوق التأمين الجزائري يظل رهينًا بتكامل الجهود بين مختلف الفاعلين، واعتماد رؤية استراتيجية طويلة المدى تُمكن القطاع من تحقيق مزيد من الفعالية والابتكار والاستدامة.

قائمة المصادر والمراجع:

- atlas. (2019, 11 19). *le mobile patement*" disponible. Récupéré sur Atlas magazine. Récupéré sur <https://www.atlas-mag.net/article/caar-le-mobile-patement-prochainement-disponible>
- Haddad, M., & Boufoula, N. (2025). The Reality of adopting Digital Transformation by a Sample of Life and Health Insurance Companies in Algeria. *Journal of Economic Papers*, 16(02), pp. 35-46.
- kalem, h. (2024, 10 12). Insuring the Future: Harnessing Digital Transformation for Sector Development. *Scientific Research Bulletins*, 12(02), pp. 299-318.
- أمنة عراس. (2019, 05 31). واقع استخدام الإدارة الإلكترونية في شركات التأمين الجزائرية. *مجلة دفاتر اقتصادية*, 10(01)، الصفحات 14-31.
- سليم مزهود. (2020, 12 20). مفهوم رقمنة الأرشيف التاريخي، وأهمية اكتساب مهاراته. *مجلة ببلوفيليا لدراسات المكتبات والمعلومات*, 02(08)، الصفحات 131-141.
- صبرينة شراقة. (ديسمبر، 2021). متطلبات التحول الرقمي في قطاع التأمين الجزائري. *مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة*, 06(02)، الصفحات 243-266.
- مسعودة عمارة ، و راضية عباس. (2022, 12 31). رقمنة خدمات التأمين-شركات التأمين الجزائرية نموذجًا-. *المجلة الأكاديمية للبحث القانوني*, 13(02)، الصفحات 397-421.