

الملتقى الدولي السابع حول:
"الصناعة التأمينية، الواقع العملي وآفاق التطوير – تجارب الدول –"
جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف
كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية و علوم التسيير.
يومي 03-04 ديسمبر 2012

الإسم واللقب: نبيل قبلي	الاسم واللقب: نغماري سفيان
الرتبة العلمية: طالب دكتوراه (ل م د)	الرتبة العلمية: طالب دكتوراه (ل م د)
الهيئة المستخدمة: جامعة حسيبة بن بوعلي	الهيئة المستخدمة: جامعة سعد دحلب
-الشلف-	- البلدة-

البريد الإلكتروني: sofiane_neg@live.fr

البريدي الإلكتروني: nabillmd1@gmail.com

الهاتف: 0770.137.161

الهاتف: 0774.354.624

محور المشاركة:

واقع قطاع التأمينات وإعادة التأمين

عنوان المداخلة

"التأمين المصرفي في الجزائر بين النظرية والواقع"

الملخص:

جاءت هذه الورقة البحثية لإبراز واقع التأمين المصرفي في الجزائر ومدى ملائمة الظروف العامة والخاصة للاقتصاد الجزائري لتطور هذا النوع من الأنشطة، حيث تم البحث في الجزء الأول عرض أهم المفاهيم المتعلقة بالتأمين المصرفي وكذا العوامل المساعدة على تطوره، كما أشرنا إلى النماذج الإستراتيجية لتطبيقه، فيما خصص الجزء الثاني من هذا البحث لاستعراض واقع التأمين المصرفي في الجزائر وذلك بعرض الإطار القانوني الذي يحكمه وإلى الاتفاقية النموذج المقدمة من طرف UAR، ثم استعرضنا مضمون الاتفاقيات التي تدخل تحت إطار بنك التأمين الموقعة بين البنوك وشركات التأمين، وفي الأخير أشرنا إلى العوامل المساعدة على نموه وتطوره وكذا الحواجز التي تحول دون ذلك.

الكلمات المفتاحية: بنك التأمين، التأمين المصرفي، التأمين على الحياة، النظام الجبائي، نظام التقاعد.

Abstract :

This paper came to highlight the reality of Bancassurance in Algeria and the appropriateness of the general and special conditions of the Algerian economy for the development of this type of activities. Where we searched in the first part presenting the most important concepts relating to bancassurance, as well as factors to help its development, as we pointed to models strategy to apply it , while we were devoted the second part of this research to review the reality of Bancassurance in Algeria by the presentqtion of the legal framework that governs it and to the standard Convention provided by theUAR, then we reviewed the content of the agreements that fall under the framework of the Bancassurance signed between banks and insurance companies, and in the latter referred to the factors on the growth and development as well as the Constraints that prevent it.

Key words :

Bancassurance, life insurance, tax system, Retirement system.

لقد شهدت الأنظمة المالية العالمية تطورات وتغيرات عميقة في العقود الأخيرة، من خلال تحرير عمليات الابتكار، ورفع القيود على لوساطة المالية بهدف زيادة المنافسة. تتلف الفاعلين في السوق المالي، ويهدف جعل الأسواق أكثر تنافسية، وهذا ما شجع التقارب بين المؤسسات المالية وساعد على تشكل التكتلات الاقتصادية بين الشركات. وقد أدت هذه التطورات إلى تضرر البنوك في أنشطتها التقليدية القائمة أساسا على الودائع والقروض بسبب الضغط التنافسي ونمو وانتشار سبل التمويل المباشر، ونتيجة لهذا بدأت البنوك في تنفيذ استراتيجيات تنمية جديدة للتكيف مع التغيرات التي شهدتها البيئة المالية العالمية، حيث حاولت هي الأخرى الدخول في أنشطة مالية أخرى بهدف التقليل من الخسائر التي تعرضت لها ويهدف إيجاد مصادر جديدة للدخل للبقاء في السوق، وقد وجدت في توزيع منتجات التأمين عبر شبائيكها إحدى هذه الاستراتيجيات حيث أصبحت البنوك تقدم نوعين من المنتجات المالية في آن واحد، فهي تقدم المنتجات المصرفية المتمثلة أساسا في قبول الودائع وتقديم القروض وبطاقات الائتمان من جهة، وتقديم خدمات تأمينية من جهة أخرى، إذ أصبح بإمكان زبائن البنك الحصول على منتجات تأمينية ومصرفية من نفس الشباك وقد عرف هذا النوع من الأنشطة بـ "التأمين المصرفي" كما أطلق على المؤسسة المالية التي تمارسه "بنك التأمين". وقد عرف هذا النشاط الجديد نموا وتوسعا سريعا حيث ظهرت أولى بوادره في أوروبا في سبعينيات القرن الماضي فقط ولكن سرعان ما انتشر عبر معظم دول العالم، حيث أصبح اليوم هذا النوع من المؤسسات الذي يجمع بين الأنشطة المصرفية والتأمينية يسيطر على السوق المالي في أغلب الدول التي سمح فيها بهذا النوع من الأنشطة. ويقودنا ما سبق إلى طرح السؤال التالي:

ما هو واقع التأمين المصرفي في الجزائر، وهل الظروف العامة مساعدة على تطور هذا النوع من الأنشطة؟

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للتأمين المصرفي:

1- مفهوم التأمين المصرفي:

هذا المصطلح الفرنسي الأصل "BANCASSURANCE" يغطي مجموعة كبيرة من الاتفاقيات المبرمة بين البنوك وشركات التأمين والتي في جميع الحالات تضمن توفير المنتجات والخدمات المصرفية والتأمينية من نفس المصدر لنفس العميل، كما يشير إلى الجهود التي تبذلها البنوك لاختراق سوق التأمين، وقد تعددت تعاريف التأمين المصرفي بتعدد نماذجه الإستراتيجية وبتعدد جهات نظر الاقتصاديين له:

حيث يعرفه Alan leach على أنه "إشراك و مشاركة البنوك ومصارف الادخار والتسليف ومنظمات القروض العقارية في صناعة، تسويق، وتوزيع منتجات التأمين".⁽¹⁾

كما أن قاموس LIMRA للتأمين (Association (The Life Insurance Marketing and Research يعرفه بنك على أنه "تقديم منتجات وخدمات التأمين على الحياة من قبل البنوك ووكالات الائتمان الايجاري".⁽²⁾

كما تم تعريفه على أنه "يقصد بالتأمين المصرفي توفير منتجات التأمين والمصارف من خلال قنوات توزيع مشتركة تجمع بين عملاء المصارف وعملاء شركة التأمين، والمصرف هنا لا يقوم بإنتاج أو إدارة خدمات التأمين وإنما يقوم ببيعها وتسويقها".⁽³⁾

ويعرف أيضا: "التأمين المصرفي هو التأمين الكلاسيكي مع شبكة أكثر قوة تقدم تقاربا أكثر من العملاء الخاصين والمهنيين".⁽⁴⁾

وكتعريف شامل ومبسط يمكن تقديم التعريف التالي: "التأمين المصرفي في أبسط أشكاله هو توزيع منتجات التأمين من خلال قنوات التوزيع المتوفرة لدى البنك". والذي يصف باقة من الخدمات المالية التي تغطي احتياجات العملاء من المنتجات والخدمات المصرفية والتأمينية

2- الجذور التاريخية للتأمين المصرفي:

كانت فرنسا واسبانيا أولى الدول التي أطلقت مشروع التأمين المصرفي، ففي فرنسا ومع أوائل السبعينات 1970، les ACM (Assurance du Crédit Mutuel) أطلقت منتج التأمين على الحياة (assurance-vie) والتأمين ضد خطر الحريق وضد الأخطار الأخرى المختلفة (IARD) بعد حصولها على الموافقة من طرف السلطات الفرنسية، وبهذا وضعت أولى الخطوات في نشاط صيرفة التأمين، وقد استندت في إطلاق هذا النشاط على فكرة الوساطة في تأمين القروض الموجهة المقترضين

(1) LEACH Alan, Bancassurance in Practice, Munich Re Group, Munich, 2001, p2

(2) LEACH Alan , idem.

(3) بريس عبد القادر، محمد حمو، آفاق تقديم البنوك الجزائرية لمنتجات تأمينية، المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، الشلف، مارس 2008، ص 299.

(4) CHEVALIER Marjorie. Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde. Scor vie. Octobre 2005, p9.

لمواجهة حالات القروض المتعثرة بسبب وفاة المقترض، لتصبح شركة التأمين الذاتي لعملائها. وبهذا كانت ACM السبابة لما أطلق عليه بعد خمس عشر سنة "التأمين المصري" أو Bancassurance .

في اسبانيا، بدأ التأمين المصرفي في أوائل 1980، منذ أن استحوزت مجموعة Banco de Bilbao على الحصة الأكبر من شركة EUROSEGUROS SA، ولو أن الاستحواذ في بادئ الأمر كان ماليا فقط، لأن القوانين الاسبانية لم تكن تسمح للبنوك ببيع منتجات التأمين على الحياة إلى أن تم إزالة هذه الحواجز سنة 1991، حيث تسيطر اليوم خمس شركات الكبرى

(VIDA CAIXA , BBVA , SHC seguros, ASEVAL, MAPEFRE VIDA) لبنك التأمين على ثلث سوق

التأمينات الاسباني. (1)

ومع ذلك فإنه من وجهة نظر تاريخية بحتة، فإن الرواد الحقيقيين لنشاط التأمين المصرفي هم البريطانيون، حيث قاموا بخلق شركة BARCLAVS life للتأمين على الحياة سنة 1965، والتي لم يعرف نجاحا كبيرا في ترويج وتسويق منتجاتها عبر هذا المشروع.

في بلجيكا، سنة 1989، قامت شركة التأمين الأولى في بلجيكا AG بالاشتراك مع Générale de Banque بإنشاء شركة للتأمين على الحياة سميت "Alpha-life". سنة بعد ذلك قامت كل من Amev.nv وهي شركة تأمين هولندية، و VSB بدمج أنشطتهما، وفي نفس السنة انضمت إليهما شركة AG ليصبح أول إندماج عبر الحدود، وقاموا بخلق مجموعة أطلق عليها اسم "Fortis".

وفي تايلندا سنة 2004، وقعت مجموعة Fortis مع مجموعة Muang Thai اتفاقية لتسويق منتجات التأمين على الحياة وعلى غير الحياة، واكتسبت بذلك 25% من التأمين على الحياة في مجموعة Muang Thai. كما أن مجموعة Fortis سعت إلى تطوير نماذج بنك التأمين في آسيا من خلال عديد الاتفاقيات الموقعة في كل من ماليزيا والصين.⁽²⁾

ويوضح الجدول الموالي أهم المراحل التاريخية لتطور التأمين المصرفي

جدول رقم "1-1": المراحل التاريخية لتطور التأمين المصرفي:

البداية	النضج	التنوع	التركيز
1975-1985	1985-2000	2000-2005	2005- إلى يومنا هذا
- التكتلات الخارجية - انشاء فرع (داخلي)	عروض عامة للشراء نمو خارجي	الشراكات-التحالفات	الاسترداد

(1) Cf. RAVARA Cesare, op.cit, p4

(2) CHEVALIER Marjorie, op.cit, p9.

توزيع بسيط	تكامل الخدمات	تقارب شخصي	
------------	---------------	------------	--

المصدر: CHEVALIER Marjorie, op.cit, p7

3- عوامل نجاح التأمين المصرفي .

التأمين المصرفي واقع متناقض فقد عرف نمواً ونجاحاً كبيراً في العديد من الأسواق مثل فرنسا، إسبانيا وإيطاليا إلا أنه لازال مهمشاً في بلدان أخرى. ولو أنه ليس من السهل معرفة لماذا لا ينمو ويتطور بنفس الطريقة من مكان لآخر. وهذا راجع إلى تعدد مفاتيح النجاح وتنوعها. فمن الصعب أيضاً تحديد الأولويات والعوامل الحاسمة لأن الحالات الاقتصادية والتاريخ والثقافات لكل بلد تلعب دوراً مضاداً للدراسات المنجزة بشأن هذه المسألة، بحيث لا يوجد "وصفة خاصة" إلا أن هناك إتفاقات على مجموعة من الملاحظات قدمها بعض الخبراء بعد إجراء مجموعة من التحليلات للتأمين المصرفي حول العالم، والذين حددوا أهم عوامل النجاح، حيث قاموا بتصنيف هذه العوامل إلى عوامل خارجية تتعلق بالبيئة الاقتصادية للبلد، وعوامل داخلية تتعلق بنموذج بنك التأمين المتبع.

أولاً: العوامل الخارجية.^{9B}

تتعلق هذه العوامل بالمحيط الاقتصادي والاجتماعي والثقافي الذي يعمل فيه بنك التأمين والمتمثلة فيما يلي:

1- بيئة قانونية وجبائية ملائمة

أول عامل من عوامل النجاح من دون أدنى شك هي البيئة الاقتصادية للبلد وفي المقام الأول بيئتها القانونية والجبائية.

1-1. التشريعات

إن القوانين والتشريعات وكذا اللوائح التنظيمية المتعلقة بعملية التأمين المصرفي وموقف السلطات من تنمية هذا النشاط، تعتبر أهم العوامل التي لها تأثير حقيقي لظروف نجاح النموذج في أي بلد، فوجود بيئة قانونية ملائمة لا تحدد من إمكانيات البنك في شراء حصص والمشاركة في شركات التأمين الخاصة بها، وحيث يوجد القليل من القيود على بيع منتجات التأمين عبر الشبكات المصرفية، ستسمح لنشاط التأمين المصرفي بالتوسع بسهولة أكبر وبسرعة أكبر.

ففي إيطاليا كان صدور قانون AMATO في 30 جويلية 1990 الذي سمح للبنوك بالاستثمار في شركات التأمين، وحدد المبادئ التوجيهية لها هو بداية العمل بالتأمين المصرفي. وعكس هذا كان قانون LE GLASS STREAGALL ACT لسنة 1933 عائفاً أمام تطور صيرفة التأمين في الولايات المتحدة الأمريكية. وكذا القانون الذي صدر سنة 1956 من طرف الشرطة القابضة BANK

⁽¹⁾ Bennadj Tahar, les enjeux de la bancassurance et les perspective de son développement en Algérie, mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme supérieure des études bancaires, école supérieure de banque, Algérie 2003,p.25

Holdin) (Company ACT والذي يؤكد على الفصل التام بين البنوك وشركات التأمين. وقد تم إزالة هذه القيود سنة 2000 عن طريق تمرير قانون جديد، وهذا لتطوير المساهمات بين شركات التأمين والبنوك والذي لا يزال إلى يومنا هذا ضئيلا.

2-1. الامتيازات الجبائية

يمكن للمزايا الضريبية تشجيع المستهلكين على الاستثمار في منتج التأمين على الحياة أو التقاعد بدلا من منتج آخر. وبهذا فإن النظام الجبائي يمكن أن يؤثر إيجابا أو سلبا على مبيعات المنتجات، حيث أن الملاحظ في الدول التي عرف فيها التأمين المصرفي نموا كبيرا هو استخدام هذه الأداة لتوسيع سوق التأمين على الحياة بشكل خاص، وعلى سبيل المثال: في فرنسا استفاد التأمين على الحياة حتى سنة 1998 من نظام ضريبي تفضيلي سمح لها بأن تصبح أكثر الدول مبيعا لمنتجات التأمين على الحياة، إلا أن إصلاح قوانين المالية 1998-1999 أعاد صياغة النظام الضريبي لهذا الفرع، والذي حد من المزايا الضريبية التي كان يستفاد منها في بعض عقود الرسملة، وقد أدى هذا التغيير في التشريع الضريبي إلى انخفاض جاذبية هذا المنتج، وانخفاض في رقم أعماله قدره 15% من بيع منتجات التأمين على الحياة، هذه الفئة التي كانت مفقودة سنوات 1998⁽¹⁾. وبشكل عام يمكن القول أن بوليصات التأمين على الحياة الموزعة عبر خدمة التأمين المصرفي في فرنسا وإيطاليا وإسبانيا عرفت نموا كبيرا والذي يمكن تفسيره من خلال المزايا الضريبية الكبيرة، والتي تعتبر كمحرك لدفع بنك التأمين. لكنها تبقى مستغلة إلى حد كبير في معظم الدول.

2- العوامل الثقافية والسلوكية.

بعض تصرفات العميل البنكي في الدول التي عرف فيها نشاط التأمين المصرفي نموا كبيرا اتخذت كنماذج لدراسة سلوك العملاء في بقية دول لتحديد الأسباب التي أدت إلى نجاح هذا النموذج بما.

2-1. الصورة الجيدة للمصارف لدى الزبائن.

أما التي كونها المستهلكون عن البنك والمكانة التي يحتلها في المجتمع عامل في غاية الأهمية لنجاح بنك التأمين. ففي دول مثل فرنسا، إيطاليا، إسبانيا وبلجيكا تتمتع المصارف بسمعة جيدة، والعملاء لديهم علاقات خاصة وجيدة مع البنوك ومسيرتها. وقد استفادت البنوك من هذه العلاقة، من خلال السعي لأن تكون أكثر قدرة على التعامل مع المشاكل المالية للمؤمن. حيث أن الاتصال بين البنوك وعملائها في هذه الدول يكون بطريقة مباشرة أي عن طريق لقاءات شخصية. وعلى عكس ذلك ففي الدول الأنجلوساكسونية فإن الزبائن ليس لديهم مثل هذه المعارف، حيث نحزون معظم معاملاتهم المصرفية عبر الهاتف أو الانترنت وهذا ما يفسر وجود اختلاف في نمو بنك التأمين بين هذه الدول.

2-2. تقارب الشبكات البنكية

تعد الشبكة الجغرافية المنظمة والمتقاربة للقطاع المصرفي مسألة جوهرية وعاملا رئيسيا لتحقيق النجاح، فوجود عدد كبير من نقاط البيع يمكن أن يقدم للعملاء والزبائن تقاربا جغرافيا وبشريا والذي من شأنه تسهيل اللقاءات بين المصرفيين والمستهلكين، وبالتالي زيادة

(1) CHEVALIER Marjorie, op.cit, p9

حظوظ بيع وتسويق المنتجات، فعامل التقارب عامل لا ينبغي الاستهانة به لأنه يعتبر عاملا أساسيا في كسب الثقة والولاء. وأحسن مثال ذلك الموجود في اسبانيا، فالبر غم وجود عدد محدود من البنوك الناشطة في السوق، إلا أن شبكاتها تعتبر الأكثر كثافة في أوروبا والذي جعل منها إحدى أهم الدول التي عرف فيها نشاط التأمين المصرفي نجاحا كبيرا.

2-3. سلوك المستهلك

سلوك المستهلك ولا سيما استخدامه لشبكة الانترنت يعد أيضا من أهم العوامل المؤثرة على درجة تطور هذا النشاط في بلد ما. فملاحظ أن أغلبية السكان اعتادوا على استخدام التكنولوجيا الجديدة وخاصة الانترنت، أين يقل نشاط التأمين المصرفي وهذا ما يتجسد في الدول الانجلوساكسونية أين تعتبر شبكة الانترنت عنصر من عناصر الحياة اليومية، حيث يفضلون أخذ الوقت اللازم والوسائل اللازمة من أجل المقارنة بين المنتجات. بينما في دول أخرى أين يفضل العملاء التعامل الشخصي المباشر مع البنوك، لتوصيل احتياجاتهم المالية مباشرة، فإنه عرف نموا وتطورا كبيرين، حيث تجدر الإشارة إلى أن معدل انتشار الانترنت في الدول اللاتينية مثل فرنسا واسبانيا وإيطاليا منخفض جدا إذا ما قورن بالدول الشمالية مثل بريطانيا وهولندا والدول الاسكندنافية وكذا في الولايات المتحدة الأمريكية.

3- انخفاض معدل انتشار التأمين

هناك تفسير آخر للنجاح الكبير الذي عرفه نشاط التأمين المصرفي في بعض الدول، حيث سعت البنوك الدولية الكبرى وكذا شركات التأمين استغلال انخفاض معدل انتشار التأمين في هذه الدول، وقامت بعقد تحالفات أو شراكات مع شركات التأمين المحلية وهذا لدرايتها أكثر باحتياجات المستهلكين المحليين أو مع البنوك المحلية ذات الشبكات الكثيفة والمنظمة، وقد عرف نشاط التأمين المصرفي نموا معتبرا مع فعالية كبيرة وسرعة أكبر، وأفضل مثال على ذلك ما حدث في إسبانيا وحتى بعض دول أمريكا اللاتينية حيث المصارف وشركات التأمين الأجنبية لديها نسبة انتشار واسعة جدا. كما أن الكثير من الدول الآسيوية تسير على هذا النهج من أجل النمو بقطاع بنك التأمين لديها.

ثانيا: العوامل الداخلية لنجاح بنك التأمين^{9B}

كما رأينا سابقا فإن العوامل الخارجية للبنوك لها وزن وتأثير كبير على نجاح التأمين المصرفي، إلا أن العوامل الأكثر تأثيرا هي العوامل الداخلية المتعلقة بنموذج التأمين المصرفي المعتمد، حيث تظهر تجارب بعض الدول في البداية أن العوامل والقواعد الخارجية لا تسمح بتطوره إلا أنه حدث خلاف ذلك.

(1) Belhocine ouiza, la bancassurance en Algérie réalité et perspective, mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme supérieure des études bancaires, école supérieure de banque, Algérie 2009, p18.

1- نموذج بنك التأمين المتبع

لقد أجريت العديد من الدراسات في محاولة للإجابة على إشكالية ما إذا كان نموذج بنك التأمين المتبع عاملا محددًا لنجاحه؟

في الحقيقة أنه لا يوجد نموذج قياسي لولوج نشاط التأمين المصرفي، أي أن كل شركة تأمين وكل بنك يبحث عن الصيغة والنموذج الأكثر ملائمة لأوضاعه، بالإضافة إلى البيئة الثقافية والتنظيمية الخاصة بكل واحد منهما، وعلى قدرة التكامل بينهما، ولا يمكن لنموذج واحد أن يحكم كامل السوق لأن لكل منها سلبياته وإيجابياته. فوجود نموذج متكامل جزئيا أو كليا يتضمن هياكل قوية (نظام المعلومات الآلي، شبكة البيع....) سيسمح بتحقيق مزيد من الكفاءة من خلال الوصول إلى نقطة مثلى لتكاليف الإنتاج، ومع ذلك يفضل بعض المتعاملين الاقتصاديين اتفاقيات التوزيع البسيطة التي توفر أكبر قدر من المرونة والحرية في اتخاذ القرارات، والخيارات المتعلقة بالمنتج الموزع من إتصال وإشهار وتسيير لبوليصات التأمين...

2- نموذج إداري متكامل (نظام المعلومات الآلي)

ويستند التأمين المصرفي على نموذج إدارة فعال للغاية مندمج اندماجا كليا في العمل المصرفي، ففي بعض الدول، عرف بنك التأمين نجاحا كبيرا في مجموع أنشطته منذ إطلاق اكتتاب عقود التأمين عبر نظام المعلومات الآلي للوكالات البنكية، لأن نجاح بنك التأمين يمر عبر عملية بيع سريعة، وأحيانا مباشرة عبر الشبايك، وذلك يستلزم توفير نظام معلومات آلي فعال موضوع تحت تصرف قوى البيع لأن سرعة الرد على الزبون على مستوى الشبايك تعتبر عنصرا حاسما في عملية البيع، ولذلك فإن الإدماج الكامل لمعالجة البيانات في الشبكة البنكية تمكنهم من الحساب في عين المكان قسط التأمين وإصدار العقد مباشرة، لأنه لا بد وان تكون قادرة وإن لم تكن على الفور فعلى الأقل في غضون أيام قليلة للرد على احتياجات العملاء المحتملين. ومن دون شك أن هذا النموذج من التكامل سيسمح لنشاط التأمين المصرفي من الحصول على ميزة تنافسية كبيرة.

تتطلب الشبكات المصرفية المزيد والمزيد من صنع القرارات الذاتية من طرف المكتب الخلفي للتأمين للاستجابة فورا لطلبات العملاء والزبائن المحتملين، وإن فكرة تطوير هذه الأدوات تسمح للبائعين بعلاج أكبر قدر من الحالات من دون العودة إلى شركة التأمين، إلا في حالات الصعقات الكبيرة التي تتطلب خبرة خاصة. إضافة إلى ذلك، فإن هذا التكامل يسمح من أن يكون للشبكة نظرة شاملة لتكاليف واحتياجات عملائها، فالهدف من الإدارة المشتركة هو تبادل المعلومات بين جميع قنوات البيع في البنك (الصراف الآلي، عبر الهاتف...)، وكذلك إنشاء قاعدة بيانات يمكن استخدامها من قبل المكلف بالزبائن وكذا من قبل الإدارات الأخرى في البنك لأغراض مختلفة كأبحاث السوق، أو إطلاق منتجات جديدة.

3- تكوين البائعين:

تتكون الشبكة البنكية من موظفين يمثل دورهم في تقديم المنتجات والخدمات المالية، في حين أن التدريب في مجال التأمين أكثر من ضروري وهذا لتمكينهم من إتقان أساسيات التأمين حتى يكونوا قادرين على تقديم خدمة جيدة للعملاء، إذ يمكن للأخطاء التي يرتكبها موظف غير كفء (على سبيل المثال تفسير خاطئ لخصائص المنتج لزبون ما) أن تكون له انعكاسات سلبية على صورة البنك مع عملائه ما قد يؤثر على الثقة الموجودة بين البنك والزبون، وهذا ما يجعل وجود تكوين تام زمنيا وتقنيا لموظفي البنك قبل إطلاق عملية بنك التأمين أمرا لا بد منه.

بشكل عام فإنه يتم تنظيم دورات تكوين للمهنيين العاملين مع شركة التأمين، ويتم اختيار المدرب الملائم ممن تتوفر فيهم صفات التحكم الجيد والإحاطة بكل ما يتعلق بالتأمين. وإضافة إلى التكوين الأولي الذي يسبق إطلاق النشاط فإن عملية المراقبة والمتابعة المستمرة من شأنها تحسين مستواهم المعرفي في مجال التأمين، ويمكن لعملية المراقبة المستمرة أن تأخذ عدة أشكال نذكر منها: اجتماعات بين المصرفيين وشركات التأمين على مستوى فروع البنك، المنشورات الداخلية (مجلات، النشرات الإخبارية...)، المؤتمرات و الدورات التدريبية المدعمة... الخ

4- نظام الحوافز الموجه للبائعين

من أجل الرقي بالاهتمامات والرغبات التي يقدمها العملاء، من الضروري وضع نظام تعويضات لتحفيز البائعين، وتستند هذه التحفيزات عادة على عدة عوامل والتي من بينها: نوع المنتجات المباعة، عدد المنتجات المباعة، ومقدار رأس المال المطروح... الخ، حيث أن بيع منتجات التأمين الملاحقة للمنتجات البنكية (مثال: عقود التأمين على الحياة للحصول على الائتمان)، لا يتطلب وضع تحفيزات للبائع الذي لا يبذل أي جهد بطريقة تلقائية أو إلزامية، وعلى عكس ذلك، فإنه في حالة بيع المنتجات المعقدة (منتجات الادخار ذات الطبيعة المالية، ومنتجات تأمين الأضرار...) فإنه يجب تطبيق نظام مكافآت فعال مناسب لأن هذه المنتجات تتطلب جهدا كبيرا للبيع ومستوى عال من التأهيل، ويمكن أن تأخذ هذه العمولات والحوافز الموجهة للبائعين عدة أشكال، كأن تكون على شكل عمولات تدفع على كل بوليصة تأمين جديدة، أو على شكل هدايا توزع على أحسن البائعين (رحلات، هواتف نقالة، حواسيب... الخ). لكن بعض خبراء التأمين مثل JEAN Pierre Daniel⁽¹⁾ يرون أن تعزيز منتجات التأمين دون المنتجات المصرفية من شأنه تفكيك وإبدال المنتجات المصرفية من جهة، والتعارض مع التسلسل الهرمي للبنك من جهة أخرى.

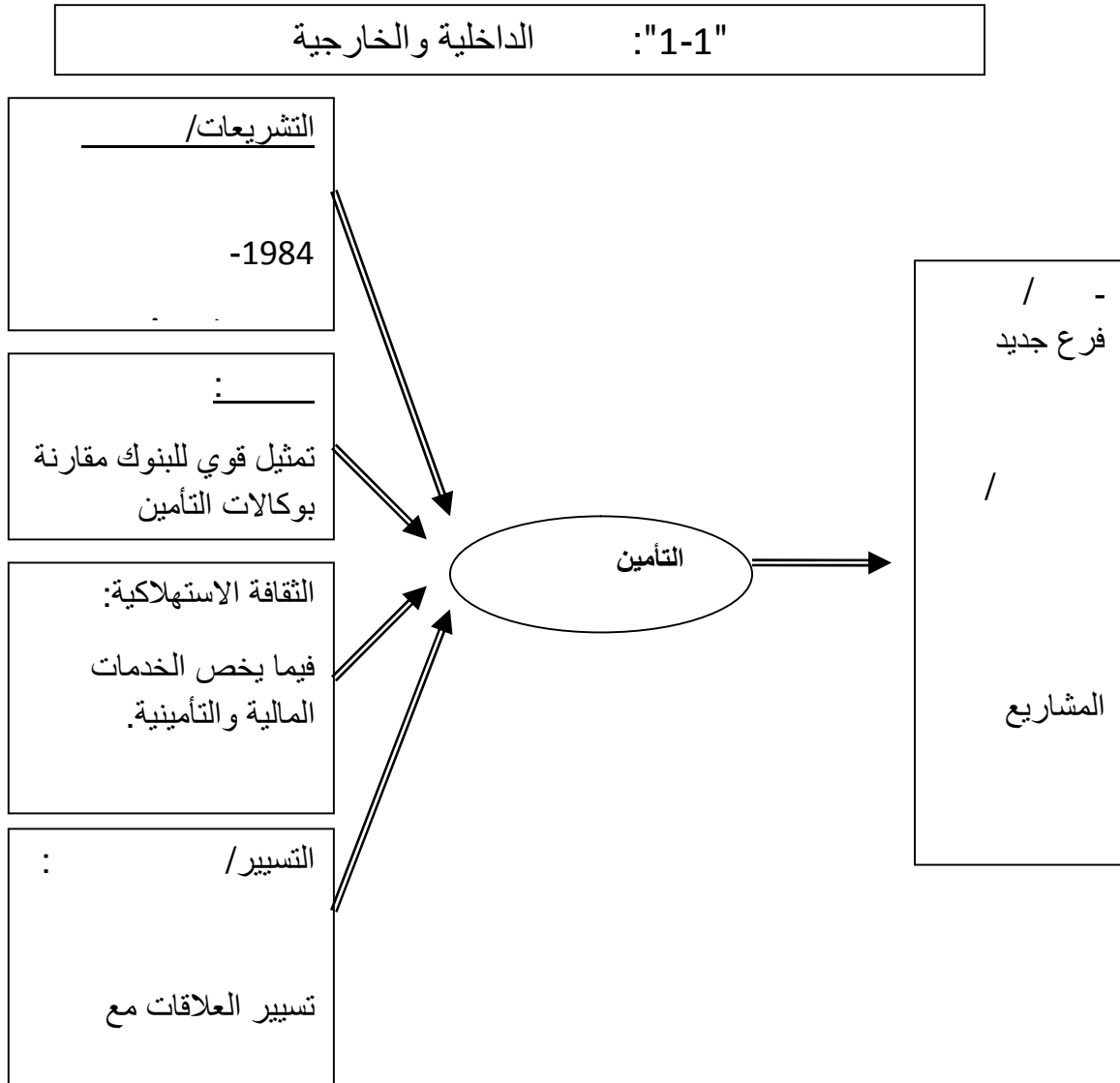
5- مواصفات المنتجات المسوقة

لابد وأن يكون هناك تفاعل للبنك مع المنتجات الموزعة لأنه في أفضل وضع لتحديد احتياجات العملاء، حيث أن بنك التأمين "المبتدئ" عادة ما يبدأ بتوزيع منتجات التأمين البسيطة المدججة أحيانا مع عروض البنك، والتي يجب أن تدمج في إجراءات بيع البنك وكذا في طريقة تسييره، حيث أن توافرها مع المنتجات المصرفية يسهل عملية بيعها وذلك نظرا للتشابه الكبير بين منتج التأمين على الحياة والودائع. لكن يجب أن نعلم أن بعض هذه المنتجات ليست غالبا منتجات بديلة للمنتجات البنكية، إلا أن هذا الطرح موجود بالفعل وهذا ما يشكل تحديا لكل من البنوك وشركات التأمين.

من الممكن جدا توسيع قطاع المبيعات من خلال عملية التأمين المصرفي، ولكن هذه الخطوة لا يجب أن تحدث إلا عندما تصبح شبكات البنك على دراية تامة بمفهوم التأمين على الحياة وعندما يصبح السوق أكثر نضجا لاستيعاب مبيعات أكثر تعقيدا. ولكن الشيء المهم هو أن تقدم دائما منتجات يتم فهمها وتقديمها بسهولة، كما يجب أن تكون الخيارات المطروحة فيها محددة.

ويلخص Mr CHEVALIER majorie عوامل نجاح بنك التأمين الداخلية والخارجية حسب المخطط التالي:

⁽¹⁾ DANIEL Jean Pierre, document séminaire bancassurance, Ecole Supérieure de Banque, Alger, 15 et 16 avril 2003



المصدر : CHEVALIER Marjorie ;op.cit, p.18.

4- النماذج الإستراتيجية لبنك التأمين^{9B}.

يعرف التأمين المصرفي صعوبة في تحديد مفاهيمه وحتى استراتيجيات تنفيذه، لكن أغلب الاقتصاديين يتفقون على وجود ثلاث نماذج إستراتيجية للدخول إلى نشاط التأمين المصرفي، والتي سوف نستعرضها فيما يلي:

أ- اتفاقيات التوزيع البسيطة:

(1) Bennadj Tahar, op.cit, p9.

اتفاقية التوزيع البسيطة لمنتجات التأمين عبر البنوك هي الشكل الأبسط لبنك التأمين والهدف من هذا النموذج هو رفع مردودية شبكة توزيع البنك من جهة، وإلى وصول المؤمن إلى شبكة واسعة من العملاء تكون أكثر ربحية وأكثر مردودية وأكثر قدرة على السداد من جهة أخرى، حيث يكون البنك بموجب هذا النوع من الاتفاقيات مجرد وكيل لبيع منتجات التأمين وحيدة خاصة بالمؤمن على نطاق واسع، أو أن تكون هذه المنتجات مرتبطة مع المنتجات المصرفية يكون في منافسة مباشرة مع الوسطاء والوكالات العامة، ويعتبر هذا النوع إستراتيجية تجارية محضة. وهنا يكون على البنوك التي تستعمل قوى بيعها لتسويق المنتجات التأمينية التابعة لشريكها و الأخذ على عاتقها عملية التسيير ومتابعة العقود مع الحفاظ على الاستقلالية القانونية لكل شريك، إذ يمكن لهذه الاتفاقيات أن تكون مصحوبة بمشاركة متبادلة كما يمكن أن تكون غير ذلك. ويعتبر هذا النوع كحل للحد من تكلفة الاستثمار الأولي، المتعلق بتكوين الموظفين الذي يجب تقديمه من قبل إدارات شركات التأمين، كما أنه يوفر مردودية سريعة من خلال كسب عوائد منتظمة في شكل عمولات تمثل أسعار للإسهام في أرباح شركة التأمين، ولذلك فإن هذه الصيغة تتطلب التعايش بين الثقافات المختلفة للشركات، والذي يمكن أن يؤدي إلى فقدان الرقابة والتسبب في الصراعات. أين يصبح بنك التأمين مجبرا على توزيع المنتجات الموجودة في نطاق منتجات شركة التأمين وبالتالي لا يكون هناك أي تحسين في نوعية المنتجات المعروضة. وعموما تعتبر هذه الاتفاقيات كخطوة أولى نحو بنك التأمين في انتظار الشروع في الاستراتيجيات الأكثر تطورا.

ب- إنشاء شركة تابعة جديدة

يعتبر هذا النموذج الأكثر انتشارا واستخداما في بنك التأمين، الذي يتم فيه إنشاء البنك لشركة تابعة مختصة في بيع منتجات التأمين عبر الشبائيك البنكية، رغبة منه في السيطرة بشكل كامل على النشاط الجديد وإما عن طريق إنشاء شركة مصرفية من قبل شركة التأمين والذي لا يزال غير مألوف، وذلك لوجود حواجز كبيرة وجد معقدة للدخول إلى النشاط المصرفي إذا ما قورنت بحواجز الدخول إلى النشاط التأميني، وأن الحد الأدنى المطلوب في السوق المصرفي أعلى بكثير من ذلك المطلوب في سوق التأمينات. فاستراتيجيات النمو الداخلي تسمح للبنك بالحصول على تعويضات متمثلة في عمولات وأرباح، لا تسمح بتسريبها إلى كيانات اقتصادية أخرى، لذلك فإنها تتطلب استثمارات كبيرة في تكوين الأصول وفي تكوين الأفراد بهدف اكتساب الخبرة اللازمة لإجراء العمليات بالشكل الصحيح، ما لم تكن قد وزعت بالفعل منتجات مماثلة من خلال اتفاقية توزيع مع شركة تأمين. ولعل الميزة الرئيسة لهذا الشكل من أشكال بنك التأمين هو أن البنك سوف يقوم بتنويع منتجاته عبر تطوير شراكته مع الشركة التابعة للاستجابة لتوقعات واحتياجات العملاء، وبالتالي توفير منتج مصمم وفق معايير الطلب. ويمكن تعريفه على أنه إستراتيجية تمايز تهدف إلى إنعاش السوق، وينتشر هذا النوع من المقاربة بكثرة في أوروبا وعموما وفي فرنسا على وجه الخصوص.

ج- المشاريع المشتركة:

إن البنك الذي لديه قاعدة بيانات متطورة جدا، ومن خلال اتحاده مع شركة تأمين من شأنه تقديم سلسلة قوية من المنتجات والخبرات، وذلك من خلال المشاريع المشتركة لإنشاء شركة تأمين جديدة والتي يتقاسم من خلالها البنك وشركة التأمين الأسهم، أو قد يقتصر دور شركة التأمين في التوجيه وتقديم النصائح أثناء فترة إنشاء الفرع، الذي سوف يسير من قبل البنك مستقبلا ويصبح مملوكا له بالكامل. ويمكن لهذه الاستراتيجيات أن تكون جد فعالة في عملية التآزر التشغيلي لأن شركة التأمين تلعب دور مستشار أثناء فترة

الإشياء وإدارة المخاطر باستعمال خبرتنا في ميدان التأمينات وإدارة الأخطار، ومن جهة أخرى يمكن للبنك استخدام قائمة عملائه وشبكة توزيعه، وبهذه الطريقة يمكن تجنب بعض العوائق المتعلقة بالثقافة وإستراتيجية عمل المؤسسة. كما تجدر الإشارة إلى أن عملية المشاريع المشتركة يمكن أن تكون أيضا وسيلة لتدويل المصارف وشركات التأمين وذلك من خلال إنشاء فروع جديدة لها في بلدان أجنبية من خلال اتفاقيات تربطها بالبنوك وشركات التأمين المحلية.

و في إطار مزيد من الاندماج بين البنوك وشركات التأمين يمكن لشركة التأمين الاندماج أو شراء بنك والعكس صحيح وهو أن يقوم البنك بالاندماج أو شراء شركة تأمين. حيث يمكن وصف هذه الإستراتيجية بالنادرة الاستعمال، ولكن بما يكفي للسيطرة على جزء أو على أغلبية. وقد اعتمد هذا النموذج من قبل البنوك وشركات التأمين التي تسعى للدخول إلى السوق بمستوى عال من النشاط، فلاستحواد على شركة إن كانت موجودة أمر ضروري ولكن ليست هناك حاجة للاستحواذ الكلي والاندماج الكلي، أي أنه يمكنها الاحتفاظ بطبيعتها القانونية. ويبدو هذا الخيار المفضل من قبل شركات التأمين على أكثر من صعيد، فمن ناحية لديهم رؤوس الأموال الطائلة التي تمكنهم من الدخول في مثل هذه الاستثمارات الإستراتيجية، ومن ناحية أخرى فإن هذه الإستراتيجية هي أفضل وسيلة لتجاوز الحواجز المفروضة على السوق المصرفية لا سيما أن شركات التأمين والمؤسسات الاستثمارية لديهم خبرة كافية في إدارة المحافظ المالية. كما يستخدم هذا النموذج من قبل شركات التأمين للحد من تقدم البنوك في سوق التأمين، حيث تسعى شركات التأمين للمحافظة على حصتها السوقية في مواجهة بنك التأمين.

تجدر الإشارة إلى أنه لا يوجد نموذج إستراتيجي لإيجاد أفضل مقاربة بين المؤسستين. لذلك فإنه على كل من البنك وشركة التأمين إيجاد الصيغة الأنسب لحالتهم، واحتياجاتهم، لما يتوافق مع بيئتهم الثقافية والقانونية. لذا فإن أفضل مشروع للتأمين المصرفي يعتمد على نقاط قوة وضعف المنظمة وعلى الشريك الأمثل المحتمل. ومع ذلك يبقى نموذج خلق فرع جديد هو الأكثر انتشارا لأنه يعمل على تنمية البنك بطريقة أكثر فعالية.

المحور الثاني: واقع نشاط التأمين المصرفي في الواقع:

1- الإطار التشريعي للتأمين المصرفي الجزائري¹:

1. بنك التأمين في ظل التشريعات البنكية:

إن المرسوم 03-11 المؤرخ في 26 أوت 2003 المتعلق بالنقد والقرض هو الإطار التنظيمي الذي يحكم النظام المصرفي الجزائري، و ينظم الجهاز المصرفي، ويعرف على وجه الخصوص العمليات التي يمكن للمؤسسات المالية القيام بها، وكذا العمليات ذات الصلة التي يمكن أن تمارس من قبل البنوك على شكل عمليات ملحقمة، فالمادة 72 من القانون 03-11 هي التي تحدد هذه العمليات.

¹- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية نقلا عن الموقع الرسمي لها www.joradp.dz

من بين العمليات التي يسمح بها يمكن أن نذكر: الاشتراك، الشراء، التسيير، حفظ وبيع الأوراق المالية وكل المنتجات المالية، كما أن المنتجات ذات الصلة محددة بالمادة 03 من القانون 95-06 المتعلق بالأنشطة البنكية وأنشطة المؤسسات المالية، والأنشطة التكميلية للأنشطة البنكية.

كل عمليات التأمين التي تكمل العمليات البنكية تضاف على أنها ذات صلة، وهذا هو حال كل العقود التي تشكل امتدادا للأعمال البنكية، كالضمان المقدم في حال فقدان بطاقة بنكية، أو تجمع مبلغ الحساب المصرفي في حال وفاة صاحبه، أو ببساطة بيع الضمانات التي تصاحب اتفاقية القرض.

و توضح المادة 75 من القانون 03-11 أنه يسمح للبنوك بالدخول في السحوبات والأنشطة الأخرى وغيرها من الحالات المحددة صراحة في القانون، شريطة أن يسمح لهم بموجب لائحة من قبل مجلس النقد والقرض .

كما أن بيع منتجات التأمين الأخرى التي ليس لها علاقة بالعمليات البنكية مثل ضمانات تعويض الأعباء الطبية، والأخطار المتعددة للسكن أو حتى تأمين السيارات قبل البنوك لا يتم إلا بعد الحصول على موافقة صريحة من السلطات المالية والنقدية.

2. بنك التأمين في ظل قوانين التأمين:

يسير نشاط التأمين في الجزائر وفقا للأمر 95-07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمين، المعدل والمتمم بالقانون 06-04 المؤرخ في 20 فيفري 2006. والذي يعتبر محاولة لتنمية و تطوير قطاع التأمين في الجزائر خاصة فيما يتعلق بالتأمين على الأشخاص الذي يبقى مهماشا و قليلا جدا، والذي أدت هذه الإصلاحات في قطاع التأمين بتفعيله من الناحية القانونية والمهنية، فعلى الصعيد القانوني، فإن القانون الجديد ينص على تدابير مختلفة للتأمين على الأشخاص والتي نذكر من بينها وعلى وجه الخصوص، الفصل التام لأنشطة التأمين على الحياة عن شركات التأمين على الأضرار، مع إمكانية المؤمن له تعيين المستفيد من العقد في حالة وفاته، أما على الصعيد المهني، فقد تم تحديد مجموعة واسعة من الحركات المهنية والذي تم اتخاذها على مستوى المجلس الوطني للتأمينات، والتي تشكل امتدادا للقرارات المتخذة في الملتقى الرابع للتأمين الذي أقيم في فندق الأوراسي يومي 28 و 29 نوفمبر 2005 والذي كان تحت عنوان "من أجل حماية أكثر للمؤمن لهم"، الذي أكد على نهج استراتيجية تركز على الاستماع للعميل لإدخال وتطوير نظام معلومات فعال، كما أدرجت حوافز أخرى بموجب هذا القانون تهدف إلى تطوير هذه النوع من التأمين وخصوصا توسيع حقل منتجات التأمين المسوقة عبر البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية وشبكات أخرى للتوزيع.

فبنك التأمين يعرف على أنه بيع منتجات التأمين عبر البنك للمتعاملين والزبائن لحساب شركة التأمين، والذي أصبح ممكنا ممارسته بموجب المادة 53 من القانون 06-04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للأمر 95-07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمين والتي تنص على: " يمكن لشركات التأمين توزيع منتجات التأمين من خلال البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية، والشبكات الأخرى للتوزيع".

وقد صدر بعد هذا القانون أمران تنفيذيان لتنظيم هذا النشاط ويتعلق الأمر بالأمر 07-153 الصادر في 22 ماي 2007 والذي وضع الشروط والظروف اللازمة لتوزيع منتجات التأمين من قبل البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية وشبكات التوزيع الأخرى.

والأمر 60 الصادر في 06 أوت 2007 والذي يحدد منتجات التأمين التي يمكن توزيعها، وتسمح هذه الترتيبات الجديدة بتكثيف شبكة توزيع التأمين، وتحسين معدل تغطية سوق التأمين وكذا الوصول إلى عملاء البنك.

ثانيا: ممارسة نشاط بنك التأمين إلى الجزائر:

سنستعرض في هذا المبحث أهم الاتفاقيات الموقعة في إطار بنك التأمين مع الإشارة إلى تجربة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط سنوات الثمانينات.

. الاتفاقية النموذج¹ (la convention type):

لقد تم عرض الاتفاقية النموذج لبنك التأمين يوم 06 أوت 2007 من قبل اتحاد شركات التأمين وإعادة التأمين (UAR)، والتي تحكم العلاقة بين المؤمنين والوكلاء بما في ذلك البنوك والمؤسسات المالية.

وتمثل هذه الاتفاقية الإطار العام لكل عمليات الشراكة بين البنوك وشركات التأمين التي تدخل في إطار التأمين المصرفي، ولهذا فإننا سوف نقوم بتحليل نقاط مختلفة متعلقة بمحتوى هذه الاتفاقية:

• الأساس القانوني لهذه الاتفاقية:

الأمر 95-07 المؤرخ في 23 شعبان 1415 هـ الموافق ل 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمين المعدل والمتمم بالقانون 06-04 المؤرخ في 20 فيفري 2006.

الأمر 07-153 المؤرخ في 05 جمادى الأولى 1428 الموافق ل 22 ماي 2007 والذي يحدد أنواع وشروط توزيع منتجات التأمين عن طريق البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية وشبكات التوزيع الأخرى.

الأمر 60 المؤرخ في 06 أوت 2007 الذي يحدد منتجات التأمين التي يمكن توزيعها من خلال بنك البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية وكذا المستويات العليا لعمولات التوزيع.

• الملاحق الضرورية:

يجب أن تلحق الاتفاقية الموقعة ب:

- منتجات التأمين التي يمكن توزيعها من قبل الوكيل (البنك أو المؤسسة المالية).
- قائمة الوكالات أو نقاط البيع التابعة للبنك أو المؤسسة المالية المعنية باكتتاب وتوزيع عقود التأمين.
- العمولات التي يحصل عليها الوكيل وطريقة حسابها .

¹ - وثيقة مقدمة من طرف رئيس مشروع التأمين المصرفي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

• حدود الاكتتاب:

- المناطق التي يمكن للوكالات ونقاط البيع العمل في حدودها.
- معدلات عمولات التوزيع وترتيبات تعويض العميل.
- طرق تنفيذ برنامج التكوين الذي تتبعه شركات التأمين لموظفي الاكتتاب لدى الوكيل.
- الوثائق والمستندات التي يرسلها الوكيل المؤمن والمتعلقة بالخدمات والتعويضات المقدمة.

• المراجع القانونية:

التعاون بين الوكيل والمؤمن يخضع لعدة التزامات والتي أهمها:

- الموعد النهائي لتحويل أقساط التأمين التي يجمعها الوكيل هي 10 أيام، وفي حالة عدم الامتثال للوقت المتفق عليه أعلاه لأسباب لا علاقة لها بالوكيل، فإنه يمكن لشركة التأمين منحه مهلة 10 أيام أخرى لتسوية وضعيته اتجاهها. وفي حالة عدم مداد الأقساط المستحقة بعد الفترة الإضافية فإن لشركة التأمين حق إنهاء الاتفاق من جانب واحد دون إخطار العميل.
- تضمن شركة التأمين تكويننا وتدريبنا محددًا ب 96 ساعة كحد أدنى لموظفي الاكتتاب لدى الوكيل يتمحور حول عمليات التأمين.
- يتم في نهاية فترة التكوين، منح بطاقة مهنية يتم تسليمها للمتدربين من قبل إتحاد شركات التأمين وإعادة التأمين بعد إجراء اختبار المستوى، ويحدد فيها نوع المنتجات التي كون عليها موظف الاكتتاب.
- يتعهد كل طرف بضمان سرية المعلومات المتعلقة بحاملي وثائق التأمين والمستفيدين وكذا الأساليب والإجراءات والشروط اللازمة لتسعير عقود التأمين.
- يمكن للمؤمن إجراء عمليات مراقبة على تسيير عقود التأمين المكتتبه بناء على طلب الوكيل أو بمبادرة من شركة التأمين.
- يمكن أن يتم تعديل أحكام الاتفاق وفقا لطلب أحد الطرفين أو بالاتفاق المتبادل، ويجب تقديم أي تعديل للجنة الإشراف على التأمين للمصادقة عليه.
- يجوز إنهاء العقد بالاتفاق المتبادل بين الطرفين، أو بمبادرة واحد منهما، إذا لم يلتزم أحد الطرفين بالنصوص المتفق عليها.
- في حالة حدوث اختلاف تتفق الأطراف على إعطاء الأولوية للتسوية بينهما أو اللجوء إلى التحكيم من أجل تسوية النزاع.
- في حالة عدم الوصول إلى تسوية ودية للنزاع عن طريق التفاوض والتحكيم، يتم عرض النزاع أمام المحكمة المدنية.
- الاتفاق يصبح ساري المفعول من تاريخ الحصول على موافقة لجنة الإشراف على التأمين والتي
- ينبغي أن تحدد مدة الاتفاق وإمكانية تجديده.

3. اتفاقيات بنك التأمين المبرمة بين البنوك الجزائرية وشركات التأمين:

لابد من القول أن سنة 2008 تمثل نقلة نوعية لقطاع التأمين في الجزائر، في دعم الاتفاق الجزائري-الفرنسي في قطاع التأمين والذي سمح لشركات التأمين الفرنسية بالدخول إلى السوق الجزائري، فالهدف وراء إصلاح قطاع التأمين من خلال الترويج للتأمين المصرفي هو الوصول إلى أفضل مردودية لشبكة الوكالات وكذلك تحفيز النشاط وتقوية الأمن المالي لشركات التأمين. و فيما يلي أهم الاتفاقيات الموقعة بين البنوك الناشطة في السوق الجزائري وشركات التأمين:

1- اتفاقية الشراكة بين الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP-banque) وشركة كارديف الجزائر (CARDIF-el djazair)¹.

إن فتح سوق التأمين للشركات الأجنبية، أظهر حماسا لتنمية هذا القطاع بما في ذلك الخدمات الأخرى مثل التأمين على الحياة والتأمين ضد الكوارث الطبيعية الذي لا يزال في مراحله الأولى. وفي هذا السياق وقع الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط مع شركة التأمين cardif-el djazair فرع مجمع BNP paribas يوم 25 مارس 2008 في الجزائر العاصمة على اتفاقية شراكة تدخل تحت إطار التأمين المصري، يسمح بموجبها ببيع منتجات التأمين الخاصة بشركة كارديف عبر شبكات الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط. ويسعى الطرفان إلى تمديد شراكتهما من خلال إنشاء مشروع مشترك. ولكن كمرحلة أولى، فإن شركة كارديف إتلتزمت بتطوير منتجات مصممة خصيصا لعملاء الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، والمتمثلة أساسا في منتجات التقاعد ومنتجات الادخار و التأمين على الحياة، فقد تم تحديد العديد من المنتجات التي تغطي تأمين القروض الخاصة بالصندوق الوطني للتوفير والاحتياط على الحياة وضد العجز عن العمل أو البطالة، وسوف يتم التوسع إلى منتجات الاحتياط والتوفير والتي تشمل خدمات التأمين على الحياة، حماية الحسابات، تأمين الأضرار والتأمين ضد الكوارث الطبيعية والأخطار المتعددة للسكن، كما وضع الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط شبكة مكونة من 206 وكالة، وعملاء الذين يقارب عددهم 3 ملايين عميل تحت تصرف شركة كارديف الجزائر، مقابل استفادته من تكوين لموظفيه وكذا من خبرات الشركة الفرنسية مع الحصول على تعويض مزدوج من شريكها، متمثل في عمولات تحسب على أساس نسب مئوية من عمليات تحصيل أقساط التأمين من جهة، والمشاركة في الأرباح المحققة من قبل الشركة من جهة أخرى. وتجدر الإشارة إلى أن شركة CARDIF هي شركة التأمين الوحيدة ذات الأبعاد الدولية التي اعتمدت للعمل في الجزائر من خلال CARDIF-el djazair . وبالفعل فقد أطلق الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط في 01 جويلية 2009 منتج يسمى "CNEP total prévoyance" الذي يستهدف عملاء البنك في حالة الوفاة أو العجز "الكلي أو الجزئي"، يضمن للمستفيدين تلقي مبلغ الضمان في غضون 72 ساعة كحد أقصى. كما يضمن إضافة إلى ذلك في حالة العجز المطلق الدائم أو المؤقت دفع رأس مال للمكاتب معفى من الضرائب.

2- اتفاقية الشركة الوطنية للتأمين SAA و بنك التنمية المحلية BDL²:

لقد تم توقيع اتفاقية تدخل تحت إطار التأمين المصري يوم 19 أبريل 2008 بين الشركة الوطنية للتأمين وبنك التنمية المحلية، حيث كانت أول مرة تتمكن من خلالها الشركة الوطنية للتأمين من توزيع منتجاتها عبر شبائيك هذا البنك، وأنه حان الوقت للحاق بها بتوقيع أكبر عدد ممكن من الاتفاقات بين البنوك وشركات التأمين من أجل النمو بهذا القطاع. وقد تمحور الاتفاق حول توزيع المنتجات المعرفة جيدا " التأمين على الأشخاص، تأمين السكن، أما منتج التأمين على السيارات فلا يدخل ضمن هذا الاتفاق لأن البنوك ليست مجهزة بما فيه الكفاية لتسويق هذا النوع من المنتجات". وتجدر الإشارة إلى أن وثائق التأمين التي تباع في البنوك هي نفسها التي تباع في وكالات الشركة الوطنية للتأمين، أو بمعنى آخر فإن المؤمن له لن يدفع أي سنتيم زيادة في حال شراء عقد التأمين من خلال شبائيك بنك التنمية المحلية. فالاتفاقية الموقعة تقتصر في البداية على توزيع منتجات بسيطة عبر شبائيك بنك التنمية المحلية

¹ - http://www.cnepbanque.dz/fr/pdf/nouveau_cnepnews.pdf, le 24-07- 2011 a 14.25.

² - <http://www.bdl.dz/saa.html> , vue le 28/08/2009 a 13.45.

المقترحة من الشركة الوطنية للتأمين، على أن يتم تطوير هذه الاتفاقية نحو مشروع مشترك مع شريك ثالث وهو ما يحاول تجسيده مع بداية سنة 2012 ، حيث سيتم إطلاق شركة جديدة مشتركة بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية وبنك التنمية المحلية وكذا الشركة الوطنية للتأمين وشركة AXA الفرنسية في مشروع هو في الخطوات الأخيرة للدراسة قبل إطلاقه بشكل رسمي مع بداية السنة القادمة.

3- اتفاقية الشركة الوطنية للتأمين SAA مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية¹ BADR.

وقعت الشركة الوطنية للتأمين SAA مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR يوم 20 أبريل 2008 بمقر الشركة الوطنية للتأمين في الجزائر العاصمة، على اتفاقية شراكة تسمح بتوفير المنتجات المقترحة من قبل الشركة الوطنية للتأمين عبر شبائيك بنك الفلاحة والتنمية الريفية. وتشمل هذه الاتفاقية توزيع منتجات التأمين المتعلقة بالمخاطر الزراعية كاحتراق المحاصيل والبرد والزراعات الفتية، والأخطار المتعلقة بجني المحاصيل، كما تشمل أيضا توزيع منتجات التأمين على الأشخاص ومنتجات التأمين المتعلقة بالسكن، من خلال عقود تأمين تباع على مستوى شبائيك بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الموزعة عبر كامل التراب الوطني، حيث يستفيد من خلال هذه الاتفاقية بنك الفلاحة والتنمية الريفية من مبالغ تقدمها الشركة الوطنية للتأمين كتعويض عن استعمال شبكته المصرفية في توزيع منتجاتها، وتدفع على شكل عمولات محسوبة بنسب مئوية على الأقساط المحصلة. ومن أجل ضمان أحسن تسويق لمنتجات التأمين فإن أعوان اكتتاب عقود التأمين على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية خضعوا لدورات تكوينية تنقسم إلى قسم نظري يتم على مستوى مراكز التكوين التابعة للشركة الوطنية للتأمين، وقسم تطبيقي يتم على مستوى وكالاتها.

4- اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR مع البنك الوطني الجزائري BNA²

لقد وقع كل من الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR والبنك الوطني الجزائري BNA (بالاشتراك مع الشركة الوطنية للتأمين SAA والشركة الجزائرية للتأمين الشامل CAAT) على مشروع شراكة يسمح بتوزيع منتجات التأمين التابعة لهذه الشركات عبر شبائيكه، حيث عرف تجسيد هذه الفكرة تأخرًا كبيرًا، لكن أطلقت أول تجربة نموذجية يوم 04 أكتوبر 2010.

5- اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR مع القرض الشعبي الجزائري CPA³

في إطار تنمية وتطوير التأمين المصرفي في الجزائر، قامت الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR والقرض الشعبي الجزائري CPA بالإمضاء على اتفاق شراكة في ماي 2008، يسمح بإدخال وتسويق منتجات تأمين جديدة إلى السوق.

إذ اتفق الطرفان على أن يكون 01 جويلية 2009 في الجزائر العاصمة تاريخ إطلاق هذه المنتجات على مستوى ثلاث وكالات نموذجية تابعة للقرض الشعبي الجزائري والمتمثلة في وكالات: وكالات حيدرة، ديدوش مراد، ووكالة باب الزوار. وبموجب هذه الاتفاقية سيتم تسويق أربع منتجات كخطوة أولى والمتمثلة في: "التأمين ضد الأخطار المتعددة للسكن، والتأمين ضد الكوارث الطبيعية، والتأمين ضد خطر الوفاة المؤقت، وتأمين القروض"، ل يتم توسيع مجموعة هذه المنتجات في مرحلة ثانية بإضافة منتج تأمين السفر إلى الخارج، تأمين الجماعات، وتأمين الحوادث الفردية والجماعية". ووفقا لممثلي المؤسسات، فإنه سوف يتم توسيع نطاق العمل وفق جدول زمني

¹ - اعتمادا على اتفاقية بنك التأمين الموقعة بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية والشركة الجزائرية للتأمين.

² - <http://www.elmoudjahid.com/fr/flash-actu/1557>, le 24/08/2012 a 14.32.

³ - <http://www.caar.com.dz/bancassurance.htm>, le 27/08/2012 a 18.45.

إلى وكالات أخرى ليصل إلى 54 وكالة، مما يتيح تغطية أفضل في أنحاء التراب الوطني. وتجدر الإشارة إلى أن هذه العملية هي جزء من تنفيذ اتفاق تعاون موقع بين المؤسستين بتاريخ 20 ماي 2008، الذي أصبح ممكنا بموجب القانون 06-04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المتعلق بالتأمين على الأشخاص والرسملة، عن طريق استخدام خيارات الادخار الجذابة وتحسين نوعية الخدمات.

6- اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR و الشركة الجزائرية للتأمين الشامل CAAT وبنك الجزائر الخارجي BEA¹.

لقد وقع بنك الجزائر الخارجي "BEA" يوم 11 ماي 2008 في الجزائر العاصمة على إتفاقية مع الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين "CAAR" و الشركة الجزائرية للتأمين الشامل "CAAT"، إذ يسمح هذا النوع الجديد من التعاون بين بنك الجزائر الخارجي وشريكه التأمينين بالوصول إلى مجموعة كبيرة من المنتجات، وقد حدد كمرحلة أولى تسويق منتجات التأمين الكلاسيكية فقط عبر شبائيك البنك والمتمثلة في: "التأمين ضد الكوارث الطبيعية، وتأمين القروض.. الخ". وكمرحلة ثانية سيتم تسويق المنتجات المسماة متطورة للمواطنين عبر مختلف شبكات البنك. مثل التأمين على السيارات على الحريق وعلى الأخطار المختلفة الأخرى (IARD)، كما يمكن للبنك تسويق منتجات التأمين على الأشخاص وتسمح هذه الاتفاقية لشركتي التأمين بتوزيع منتجاتهما عبر شبائيك البنك ما يوفر لهما مزيدا من الأرباح لاستخدامها في تطوير مشاريع أخرى.

7- اتفاقية بنك البركة مع شركة السلامة للتأمين²:

بتاريخ 4 أكتوبر 2011 أعلن مدير التسويق على مستوى بنك البركة عن بداية تسويق بعض المنتجات التأمينية الخاصة بشركة السلامة على مستوى شبائيك البنك على مستوى خمس وكالات نموذجية كخطوة أولى لتجسيد الاتفاقية الموقعة بين الطرفين لتسويق منتجات تأمين إسلامية، لثم الوصول إلى 38 وكالة مع نهاية سنة 2012 حسب بنود الإتفاقية.

في الأخير يمكن القول أن الهدف العام لهذه الاتفاقيات هو تكثيف شبكة توزيع المنتجات التأمينية من جهة، وتنويع مصادر الدخل للبنوك وشركات التأمين، وتسريح الأموال الكبيرة المحتجزة في الصناديق لعدم وجود إستراتيجية تنمية حقيقية قادرة على إيجاد فرص جديدة لتحريك السيولة.

ثالثا: المحيط العام لبنك التأمين في الجزائر

أن نمو وتطور بنك التأمين يتوقف على المحيط الاقتصادي والاجتماعي الذي يحيط به، وهذا سنحاول التطرق إليه في هذا المبحث أهم العوامل المحيطة بنشاط بنك التأمين في الجزائر، حيث سنتطرق في المطلب الأول أهم العوامل التي تساعد على نمو وتطور بنك التأمين في الجزائر، أما في المطلب الثاني فسوف نقدم أهم العوامل التي تحول دون التطور التام لبنك التأمين وتأثير كل عامل منها عليه.

1- العوامل المساعدة على نمو بنك التأمين في الجزائر:

¹ - <http://www.latribune-online.com/index.php?news=82>, le 28/08/2012 a 14.01.

² - مطوية مقدمة من طرف بنك البركة الجزائري.

يعتبر السوق الجزائري سوقا خصبا لتطوير مشروع التأمين المصرفي نظرا إلى جملة العوامل والمحفزات المساعدة على نموه وتطوره والتي نوجز أهمها فيما يلي:

على مستوى البنوك¹:

● معدل انتشار قوي للبنوك الأجنبية

عزز الإطار القانوني بواد المنافسة داخل النظام المصرفي بإصدار القانون 03-11، مع دخول البنوك الأجنبية والمؤسسات الخاصة الوطنية والخارجية مع نهاية سنوات التسعينات، فدخلت هذه المؤسسات والتي أغلبها هي يمارس أغلبها نشاط التأمين المصرفي أو لديها فرعها تأميني خاص مثل **cardif** التابعة لمجمع **BNP baribas** ، وكذا **sogecap** للتأمين على الحياة والرسملة والتابعة لمجموعة **Société général** سوف يساهم من دون أدنى شك في تطوير بنك التأمين في الجزائر، ونظرا لصعوبة إقامة فروع خاصة بها في الجزائر نارت هذه المصارف سبيل اتفاقيات الشراكة مع البنوك الجزائرية للاستفادة من شبكاتهما وفروعها، ويمكن على سبيل المثال ذكر الاتفاقية الموقعة بين **BNP baribas** من خلال فرعها **cardif- el djazair** مع الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط **cnep-banque** والذي كلف بتوزيع منتجات التأمين الخاصة بشركة كارديف، كما يمكننا الإشارة إلى الاتفاقية الموقعة بين **AXA** بنك التأمين الرائد في العالم مع بنك الجزائر الخارجي **BEA**، فهذا النوع من الاتفاقيات في مجال بنك التأمين من شأنه العودة بمنافع على البنوك الجزائرية والتي سوف تستفيد من خبرة شركائهم في نشاط التأمين المصرفي، كما أنه يسمح بوصول هذه المؤسسات إلى السوق الجزائري بإعادة تفعيل سوق التأمين على الأشخاص وفق أسس جديدة.

● شبكات توزيع بنكية متقدمة نوعا ما:

إن وجود شبكة جغرافية كثيفة ومنظمة للقطاع المصرفي هو مسألة جوهرية لتحقيق النجاح، إذ أن وجود عدد كبير من نقاط البيع، يمكن أن يقدم للعملاء والزبائن تقاربا جغرافيا وبشريا، ما يسهل عملية الاتصال بين المصرفيين والمستهلكين، والذي ينتج عنه زيادة فرص البيع. إن التقرب من العميل قوة لا يمكن الاستهانة بها، فهي من الأمور الأساسية لإقامة علاقة وتعزيز الثقة والولاء. وقد قدرت شبكة البنوك العمومية خارج بنك الجزائر ب **1093** فرعا ووكالة بما في ذلك الوكالات الخاصة بالبنوك والمؤسسات المالية، فيما قدرت شبكة المصارف الأجنبية ب **152** فرعا سنة **2006** لتصل إلى **194** فرعا سنة **2007**، وهي في تزايد مستمر.

فقد كانت آثار المنافسة البنوك الأجنبية واضحة بالفعل، وذلك لأن البنوك العمومية وجدت نفسها مضطرة لتوسيع وتطوير شبائيكها للحفاظ على حصتها في السوق، وقد نتج عن هذه الحركة في تطور الشبكات البنكية انعكاس ايجابي على نمو قطاع بنك التأمين في الجزائر، من خلال توفير الخدمات المحلية، ومحاولة التقرب من العملاء.

● ضعف الوساطة المالية:

كما سبق الذكر، فإن البحث عن مصادر جديدة للدخل لتعويض التدهور في المردودية الناتج عن تطور التمويل المباشر، وهو واحد من أهم الأسباب التي دفعت البنوك إلى الدخول إلى سوق التأمين. ن في الجزائر التمويل المباشر لا يشكل تمديدا على النظام

¹ - Bennadj Tahar, op.cit, p 59-60.

المصرفي الذي يبقى مهمشا، إلا أن هناك مشكلا مختلف تماما تواجهه البنوك الجزائرية يتمثل في ضعف معدل الوساطة المالية ، على الرغم من جمعها مبلغ 4517.3 مليار دينار جزائري، إلا أن حجم القروض يبقى منخفضا جدا لأنه لا يشكل سوى 2203.7 مليار دينار، أي ما يمثل وساطة مالية تقدر ب 48.78% ، في شروط الإقراض سجل معدل 53%، ما يعني قبول طلب من بين اثنين في الوقت الذي تملك البنوك العمومية سيولة تقدر بحوالي 420.6 مليار دينار. بعد تعويض يقدر ب 1761 مليار دينار فإن أي نشاط جديد سيكون مرجحا به لتعويض هذا النقص، فبنك التأمين يولد نفقات إضافية من خلال العمولات التي يحصل عليها البنك من شركات التأمين كتعويض عن استخدام شبكاته في عمليات التوزيع.

• تطور العروض البنكية:

تميزت السنوات الأخيرة بظهور منتجات جديدة موجهة للأفراد، فأخر الأرقام المنشورة من قبل بنك الجزائر تؤكد على ذلك. والتي تشير إلى أن 40% من القروض التي تقدمها البنوك موجهة للأفراد، وقد كان لهذا النمو تأثير إيجابي على آفاق تنمية التأمين المصرفي في الجزائر، فقد أرفقت البنوك مع هذه القروض مع منتجات التأمين على الموت المؤقت لتغطية مبلغ القرض المتبقي في حال وفاة المقترض. كما يمكن الإشارة إلى أنه ابتداء من سنتي 2004 و 2005، حدث انتعاش في التأمين على الأشخاص المرتبط بالقروض الاستهلاكية، والمتمثلة عموما في قروض شراء السيارات والقروض الموجهة للبناء أو شراء المنازل، فالبنوك كانت تحتاج إلى تغطية تأمينية ليس فقط لممتلكاتها، ولكن أيضا على حياة المستفيد من القرض.

كما أن هناك منتجات أخرى مرتبطة بالتأمين بدأت تعرف تطورا حقيقيا ومعتبرا في الجزائر، ألا وهي البطاقات البنكية، ويهدف جعل هذه الوسائل الجديدة للدفع أكثر جاذبية صارت البنوك تقدم لعملائها عند شراء هذه البطاقات ضمانات ضد خطر السرقة أو إساءة الاستخدام أو فقدان البطاقة كما أنه بإمكانهم تقديم منتجات معبأة تشمل على بطاقات الدفع الدولية لتأمين السفر، وكمثال على ذلك: بطاقة VISA التي أطلقها بنك التنمية المحلية BDL، هذه الأخيرة تقدم للزبون نوعين من البطاقات: بطاقة الدفع المسبق prépayé والبطاقة الذهبية gold، حيث تسمح هذه البطاقة لحاملها بالقيام بعمليات سحب ودفع عبر الموزعات الآلية وأجهزة الصراف الآلي (DAB). ومحطات الدفع الإلكتروني TPE عبر كامل شبكة فيزا الدولية وذلك 24 ساعة على 24 ساعة و 7 أيام على 7. هذا وتشتمل على منتجات تأمين تتألف من :

- ضمان رأس مال يقدر ب 500.000 دج يدفع لذوي الحقوق على بطاقة الدفع المسبق.
 - ضمان تقديم مساعدة طبية ورعاية في حالة الطوارئ في الخارج، أو في حال وقوع حادث شخصي، و ضمان عودة الجثة إلى الوطن مع مبلغ 1.000.000 دج في حالة الوفاة للأشخاص الذين يجوزون على البطاقة الذهبية.
- هذه المجموعات من المنتجات المصرفية والتأمينية لا تسمح للبنوك بالحصول على عمولات فقط، وإنما تسمح لها كذلك بجعل منتجاتها أكثر جاذبية. ففي الواقع أن ملكية منتجات التأمين تشكل امتدادا طبيعيا لأعمالهم، وهذا من شأنه جعل المنتج البنكي أكثر سهولة وأكثر جاذبية للعملاء والأفراد والذين على العموم لديهم مستوى معرفي محدود في المسائل المالية وجزء كبير منهم أميون. وهذا فإنه يمكن الحصول على عقود التأمين المختلفة كتلك المطلوبة كشرط للحصول على ائتمان على سبيل المثال من خلال شبائيك البنك،

بذه العملية من شأنها أن تسهل إلى حد كبير مهمة العميل الذي كان يبذل جهودا كبيرة لاتخاذ كافة الإجراءات اللازمة، والأهم من ذلك أنه سيوفر له الراحة لمناقشة وضعه المالي والصحي عدة مرات مع شركاء متعددين.

2- من جانب شركات التأمين¹ :

لتوسيع قطاع بنك التأمين في الجزائر فإنه لابد من إشراك مؤسسات التأمين، التي سوف تسارع إلى إبرام اتفاقيات مع البنوك في إطار بنك التأمين وذلك للأسباب التالية

• سوق غير مستغلة:

يمكن تحليل وتقييم سوق التأمين من خلال مجموع الأقساط المحصلة وكذا معدل الانتشار والكثافة هي على العموم مؤشرات جيدة، إذ أن تحليل السوق الجزائري يسمح لنا أن نقول أنه بعيد كل البعد عن بلوغ مستوى التشبع، فهو سوق غير مستغل رغم توفره على فرص كبيرة للنمو، حتى ولو أن بعض قطاعات السوق مثل التأمين على السيارات والتأمين ضد الأخطار الصناعية يحظى بتغطية كبيرة على عكس قطاعات أخرى لا تزال شاغرة عمليا والتي تشمل التأمين على الحياة وبنك التأمين. فالوضعية الحالية للسوق يمكنها أن تلفت انتباه شركات التأمين وبنوك التأمين الأجنبية، وتشجعها على الاستثمار في السوق الجزائري، لاسيما أن الجانب التنظيمي يساعد على دخول شركات التأمين الأجنبية للجزائر. فقد فتح القانون 06-04 الباب أمام شركات التأمين الأجنبية لفتح فروع لها، كما أن الإمضاء على اتفاقية تعاون بين الشركات الفرنسية والجزائرية يوم 06 مارس 2008 في باريس سمح بتسوية النزاعات الجزائرية الفرنسية في قطاع التأمين، كما سمح للشركات الفرنسية بالاستثمار في الجزائر.

ومن أجل الوصول إلى انتشار واسع واختراق سريع للسوق فإن العديد من الشركات اختارت تحالفات وشراكات مع البنوك المحلية مستفيدة من شبكة وكالاتها الموجودة في السوق. وفي هذا الصدد يمكننا أن نذكر كمثال اتفاقية الشراكة الموقعة بين الشركة الوطنية للتأمين SAA والشركة الفرنسية MACIF التي تسعى إلى تطوير بنك التأمين، وإنشاء شركة تابعة لها في قطاع التأمين من خلال اتفاقية أخرى. وكذا الاتفاقية الموقعة بين الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط وشركة CARDIF فرع مجموعة BNP للالتأمين. كما أن شركة cardif بدأت بتوزيع منتجات تأمين المقترضين من خلال شبائيك CETELEM الجزائر.

إن إنشاء وتغلغل شركات التأمين وبنوك التأمين الأجنبية سيسهم إسهاما كبيرا في تطوير بنك التأمين في الجزائر كما كان عليه الحال في الدول الآسيوية ودول أمريكا اللاتينية أين سمح بدخول المتعاملين الأجانب فيها بنمو هذا النشاط

• هيمنة شركات التأمين العمومية:

حاليا يسيطر القطاع العام على ثلاث أرباع السوق 74%²، وكل شركة عمومية تسيطر على بنك قبل تخصصها سنة 1989، مثل الشركة الوطنية للتأمين الرائدة في فرع التأمين على السيارات والتأمين على الأفراد. يقتصر التنافس بين شركات التأمين على أقساط

¹ - Belhocinne ouiza, op.cit,p107-109.

² - BENLLILES Billel, l'évolution du secteur algérien des assurances, collègue international sur « les sociétés d'assurance takaful et les sociétés d'assurance traditionnelles entre théorie et l'expérience pratique, l'université de Sétif, 25-26 avril 2011, p 15.

مين المجموعة، حيث أنه لا يوجد شركة تتميز عن غيرها بسياسة نشطة في مجال العروض أو بنظام تعويضي خاص فالشركات كلها متشابهة وأسعارها غير تنافسية و متقاربة. ولهذا إن إدخال منتجات جديدة لشركات جديدة إلى سوق شاغر غير مشبع من شأنه أن يسمح بتطوير سوق بنك التأمين في الجزائر.

• غلبة الوكلاء العاميين:

عموما تفضل شركات التأمين الإتصال المباشر من أجل توزيع منتجاتها وهذا حتى تكون أكثر قربا من عملائها، وحتى تضمن تقديم أفضل للخدمات، فهذه الشركات كانت تفضل استخدام الوكلاء العاميين من أجل عرض منتجاتها المختلفة. لكن حجم التعويضات التي تدفعها شركات التأمين للموزعين التقليديين، كان حافزا لها لإيجاد طريقة جديدة لتوزيع منتجاتها، ولتحقيق هذا الهدف، إذ وجدت في بنك التأمين مصدرا جيدا لتخفيض حجم أعباء وتكاليف شركات التأمين.

• طبيعة سوق التأمين الجزائري:

يمكن القول أن سوق التأمين في الجزائر هو سوق تأمين إجباري، فالمستهلك الجزائري لا يقوم بالتأمين إلا إذا اضطر للقيام بذلك، ويكون ذلك إما بسبب قيد تنظيمي (مختلف تأمينات المسؤولية المدنية والتأمين ضد الكوارث الطبيعية) أو شرط من شروط مؤسسات الائتمان (التأمين على السيارات أو التأمين ضد الأخطار المختلفة للسكن). ويأتي في المرتبة الثانية المخاطر الصناعية التي تمثل الحصة الكبرى منها أقساط شركة سوناطراك، وبهذا يمكن استنتاج الطابع الإلزامي للسوق الجزائرية. أما عن تأمين الأشخاص، فهو لا يزال في مرحلته الأولى والتي لا تمثل سوى 7% من حصة السوق الإجمالي، فأقساط التأمين المجموعة هي 3 ملايين دينار فقط، فتجارب الدول التي تعرف حاليا نجاحا كبيرا في سوق التأمين على الأشخاص أن التأمين المصرفي هو أفضل وسيلة لتطوير التأمين على الأشخاص بما في ذلك التأمين على الحياة.

3- على مستوى الاقتصاد الكلي¹:

• الإطار التشريعي لبنك التأمين:

إن التشريعات المتعلقة لبنك التأمين وموقف السلطات فيما يتعلق بتنميتها لها تأثير جد قوي على نجاح هذا النموذج في البلد.

فمع صدور القانون 06-04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للقانون 59-07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات، أصبح بنك التأمين واقعا في الجزائر فقد جاء هذا القانون لإلغاء العوائق التي كانت تحول دون دخول وتطوير نشاط التأمين المصرفي في الجزائر، وهو عبارة عن إطار قانوني يسمح بتطوره من خلال السماح للبنوك بتوزيع منتجات التأمين وإلغاء الفصل التام بين الأنشطة البنكية والتأمينية.

• الإطار القانوني لتأمين الحياة في الجزائر :

حتى سنة 2006 كان نشاط التأمين على الحياة محدودا بأحكام المرسوم 95-07 الذي لا يسمح للمؤمن له في حالة اكتتاب عقد تأمين على الوفاة من تعيين مستفيد. فالورثة فقط هم الذين لهم الحق في الاستفادة من رأس المال الناتج عن العقد. فبتعيين مستفيد من

¹ - Bennadj Tahar, op.cit, p 65.

العقد كان لا فائدة منه، وقد تم إزالة هذا الحاجز بصدور القانون 06-04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للأمر 95-07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات.

• النظام الضريبي على تأمينات الحياة :

إن تطوير منتجات التأمين على الحياة والتأمين على الأشخاص والتي تشكل مصادر للبنوك يعتمد بشكل كبير على المزايا الضريبية الممنوحة لهم، فتقدم حوافز ضريبية من خلال تخفيض الضرائب على أرباح رأس المال أو الإعفاء منها، أمر ضروري لجعل هذه المنتجات أكثر جاذبية. إذ يمكن للمزايا الضريبية أن تشجع المستهلكين على الاستثمار بكثافة في منتجات التأمين على الحياة ومنتجات التقاعد بدلا من منتجات أخرى، فيمكن لهذا التغيير في التشريعات أن يؤثر سلبا أو إيجابا مبيعات منتجات التأمين على الحياة.

كانت اللوائح والقوانين والتشريعات الجزائرية لا تقدم أي امتيازات ضريبية يمكنها أن تعزز حجم الاكتتاب في عقود التأمين على الأشخاص، الذي يضمن لها تنمية مستقبلية. ولكن ابتداء من سنة 1996 اتخذت السلطات العمومية قرارا ينص على أن منتجات التأمين على الأشخاص ستكون معفية من الرسم على القيمة المضافة TVA. كما قدم قانون المالية لنفس السنة حوافز ضريبية أخرى لتشجيع التأمين على الأشخاص حيث أصبحت منتجات التأمين على الأشخاص معفية من الرسم على القيمة المضافة المتعلقة بالوفاة أو العجز والتقاعد والصحة. كما أن المادة 18 من قانون المالية 2006 تحدد أن الخصم المرتبط بالضريبة على الدخل العام محدد ب 25% كحد أعلى مع مبلغ 20.000 دج للقسط السنوي الصافي بموجب العقد. لكن تطبيق هذا القانون لم يبدأ إلا بعد تاريخ 06 أفريل 2008، إذ يمكن القول أن النظام الجبائي للتأمين في الجزائر أصبح مشابها جدا لما هو ممارس في الدول التي عرف فيها نشاط التأمين على الحياة نموا وتطورا كبيرين.

• مشاكل النظام التقاعدي:

مثل أي نظام تقاعدي تعاوني فإن تمويل المعاشات التقاعدية يعتمد على اشتراكات العمال الناشطين، فتقرير المساهمات المتعلقة هو عنصر هام جدا بالنسبة لقدرة النظام على تمويل المعاشات التقاعدية والحفاظ عليها دون الرفع من مستوى المساهمات. لكن هذا النظام في السنوات الأخيرة تحديات متزايدة، فقد عرفت المساهمات في تمويل المتقاعدين تناقصا مستمرا والذي يمكن تفسيره من خلال نوعين من الأسباب تتعلق الفئة الأولى منها بكل أنظمة التعويضات التعاونية وهو أثر شيخوخة المجتمع، أي بسبب ديموغرافي، وزيادة معدل البطالة أي بسبب اقتصادي وكل الآثار التي تتسبب في تآكل نظام المعاشات التقاعدي.

و تتعلق الفئة الثانية منها :بالناتج من النظام الجزائري نفسه، وهو تأثير التساهل في منح التقاعد. فالتأثير المتقاطع للأسباب الخارجية من جهة والأهم هو معدل البطالة الذي له طبيعة اقتصادية والأسباب الداخلية المتعلقة بإستراتيجية عمل النظام تؤثر على التوازن المالي للصندوق الوطني للتقاعد.

فالفجوة الموجودة بين حجم الإيرادات والنفقات في المعاش التقاعدي في تزايد مستمر للأسباب المذكورة أعلاه، مما يجعل مساهمات العمال الناشطين غير كافية لتغطية المعاشات التقاعدية. وللحفاظ على مستويات المعاشات التقاعدية، فإن الدولة ومن خلال خزانتها

العامّة تندخل لسد هذا العجز ، ولذلك فإن إنشاء نظام معاشات تقاعدي بالتوازي مع نظام التقاعد التعاوني، يسمح للأجراء أو غير الأجراء بتشكيل معاش تكميلي لضمان حياة كريمة بعد التقاعد.

عوائق نمو بنك التأمين في الجزائر:

لا يزال بنك التأمين الجزائري في خطواته الأولى ، فهو يعاني من بعض المشاكل التي تحول دون تطوره، لأن العديد من العوامل تتسبب في هذا الركود، وفيما يلي سنحاول عرض أهم هذه العوامل التي تحول دون تطوره بالشكل الصحيح.

1 . الحواجز من جانب البنوك¹:

• العلامة التجارية:

في فرنسا، والتي تعتبر مهد بنك التأمين، فإن البنوك استفادت من الصورة الجيدة التي تمتلكها لدى الزبون، وقد كشفت الأبحاث على أن هذا الأخير يتوقع الحصول من بنكه على رضا تام وإشباع لاحتياجاته الأمنية، وإدارة أصوله. أما في الجزائر فإنه لا يوجد أية أبحاث جدية لدراسة احتياجات ورغبات العملاء العملاء، أما صورة البنوك فإن جميع البيانات تقود لـ **الاستنتاج أنها ليست جيدة**، فالجمهور لا يزال يعتقد أن البنك يوفر مظلة يتم إزالتها عند حدوث الخطر. ويرجع هذا أساسا إلى عدم وجود اتصال حقيقي بين البنك والعميل. فالبنوك تسعى لإزالة هذه الفكرة من خلال إنشاء هياكل ومراكز للاتصالات والتسويق، فالفترة الاشتراكية كان لها تأثير على صورة البنك وعلى نوعية الخدمات، فقد أعطى التخطيط المركزي للبنوك صورة أكثر حكومية لإدارة المخاطر التي هي جوهر نشاطها، فالبنوك اعتادت على القيام برد الفعل بدل الفعل والتخلي عن الابتكار إلى جانب نقص الاحتراف والعجز في السياسات التجارية، والذي أدى إلى إبطاء حقيقي لنمو وتطوير بنوك التأمين في الجزائر.

• الوسائل التقنية:

من أجل تحسين إدارة عمليات بنك التأمين، فإنه من الضروري ربط نظام معلومات البنك مع نظام معلومات شركة التأمين الشريكة، لكن معظم البنوك وشركات التأمين الجزائرية لا تملك نظام معلومات فعال، كما أننا نجد أن وكالات نفس البنك ليست مترابطة فيما بينها بالشكل الكافي، وكذا الأمر بالنسبة لشركات التأمين، وهو ما يجعل نقل المعلومات عن بعد مستحيلا، وهذا ما يشكل حاجزا وعقبة وهذا ما يحول دون إنشاء بنك تأمين فعال لأن وجود نظام معلومات متكامل يعتبر أفضل وسيلة لإدارة العقود لأنه يعتبر من بين أهم الأسس التي يبنى عليها.

2- الحواجز من جانب شركة التأمين²:

تمتلك شركات التأمين الجزائرية عموما صورة سيئة بين المستهلكين بسبب التأخر في معالجة الخسائر، خاصة فيما يتعلق بأضرار السيارات. ينتظر المؤمن له أسابيع أو شهورا من أجل الحصول على تعويض، دون إغفال العراقيل الكثيرة التي يتعرض لها، وبهذا نرى كم يستغرق التأمين على الحياة. وكذا فإنه من الضروري توفير المصدقية، وتحسين نوعية الخدمات لطمأنه المستهلكين. وهذا يمكن

¹ - Belhocinne ouiza, op.cit, p 113.

² - Bennadj Tahar, op.cit, p 75.

أن يكون حاجزا حقيقيا يؤدي إلى إعاقه نمو بنك التأمين بمعنى أن البنوك الجزائرية قد تحجم عن الدخول إلى التأمين خوفا من تدهور صورتها لدى العملاء.

3- الحواجز من جانب الزبائن :

في معظم الدول المتطورة، تعتبر النزعة الفردية هي الغالبة، أي أن كل فرد يتخذ إجراءات لحماية نفسه من آثار الأمراض المزمنة، الموت أو العطل المرضية، أو التوقف عن النشاط، وعلى عكس ذلك، في الدول الإسلامية وبما في ذلك الجزائر، فإن الأشخاص لا يرون فائدة من التأمين فعلى الأحماد رعاية المتقاعدين كعلامة على الامتنان والتقدير. فالكرم لا يزال قائما بين أعضاء العائلة الواحدة، فهي تساعد بعضها بعضا على التغلب على تقلبات الحياة.

4- الحواجز الاقتصادية:

مستوى الأجور: فمعظم الأسر الجزائري التي تتجه إلى التأمين على الحياة، لها دخل كافي يغطي الاحتياجات الفورية كالتغذية والصحة والسكن، فالأجور المنخفضة تضعف قدرة الأسر على الادخار.

مستوى الادخار: الغالبية العظمى من السكان لديها مستوى معرني متوسط أو معدوم في المسائل المالية، والذي يثير مشاكل لإقناع الزبائن بشراء منتجات التأمين على الأشخاص وخاصة منتجات التأمين على الحياة التي لا تزال من المسائل المحرمة التي يصعب مناقشتها.

خاتمة:

أصبح بإمكان البنوك الجزائرية ممارسة نشاط التأمين المصرفي وتوزيع منتجات التأمين عبر شبائيكها البنكية بموجب القانون 06-04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للمرسوم 95-07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات والإطار القانوني الذي ينظم تسيير البنوك، وكذا تحت إطار الإتفاقية النموذج المقدمة من طرف إتحاد المؤمنین ومعيدي التأمين UAR . حيث تم التوقيع على سبع اتفاقيات تجمع بين البنوك وشركات التأمين، إذ صار بإمكان المواطن الجزائري الحصول على خدمات تأمينية على مستوى شبائه البنكي المعتاد رغم أن هذه العملية لا إل في أولى خطواتها لأن أغلب هذه الاتفاقيات وقعت سنة 2008 ولم يتم البدء في تطبيقها إلى غاية نهاية سنة 2009 وذلك يعود أساسا إلى الإجراءات القانونية اللازمة للحصول على الموافقة، وإلى تكوين أعوان اكتتاب عقود التأمين الذين يعرضون هذه الخدمات على مستوى شبائيك البنك. وبعده دراسة جملة الظروف المحيطة بنشاط التأمين المصرفي في الجزائر فيمكن القول أن له كل الحظوظ للنمو والتطور بالنظر إلى وجود بيئة تشريعية وجبائية ملائمة، وكذا إلى ضعف معدل انتشار شبكات شركات التأمين وكثافة الشبكة البنكية، بالإضافة إلى دخول شركات تأمين أجنبية تقدم خدمات تأمين أقل تكلفة من تلك التي تقدمها الشركات العمومية، لكن رغم ذلك تجدر الإشارة إلى بعض المعوقات التي تحول دون تطوره بالشكل اللازم والتي لعل أهمها غياب الثقافة التأمينية لدى المستهلك الجزائري وكذا قلة مداخله، وغياب ثقافة الادخار لديه.

قائمة المراجع:

1/ اللغة العربية:

1- بريش عبد القادر، محمد حمو، آفاق تقاسم البنوك الجزائرية لمنتجات تأمينية، المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، الشلف، مارس 2008.

2/ اللغة الفرنسية :

- 1- Belhocine ouiza, la bancassurance en Algérie réalité et perspective, mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme supérieure des études bancaires, école supérieure de banque, Algérie 2009.
- 2- BENLLILES Billel, l'évolution du secteur algérien des assurances, collègue international sur « les sociétés d'assurance takaful et les sociétés d'assurance traditionnelles entre théorie et l'expérience pratique, l'université de Sétif, : -26 avril 2011.
- 3- Bennadj Tahar, les enjeux de la bancassurance et les perspective de son développement en Algérie, mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme supérieure des études bancaires, école supérieure de banque, Algérie 2003.
- 4- CHEVALIER Marjorie. Analyse de la situation de la bancassurance dans le monde. Scor vie, Octobre 2005.
- 5- DANIEL Jean Pierre, document séminaire bancassurance, Ecole Supérieure de Banque, Alger, 15 et 16 avril 2003.

- 1- www.joradp.dz
- 2- www.cna.dz
- 3- www.cnepbanque.dz
- 4- www.bdl.dz
- 5- www.caar.com
- 6- www.elmoudjahid.com
- 7- www.latribune-online.com