

واقع وتحديات صيرفة التأمين في الجزائر.
**The Reality and Challenges of Insurance
Banking in Algeria**

تاريخ الاستلام: 2020-07-01 تاريخ قبول النشر: 2020-07-22

راضية مصداق*، جامعة: الجزائر 3، الجزائر.

البريد الإلكتروني: messedaa.radhia@gmail.com

عبد الحميد بن ناصر، جامعة الجزائر 3، الجزائر

البريد الإلكتروني: soufi.dz@hotmail.fr

Abstract:

The global financial sector has witnessed many shifts in the financial and banking industry, which has boosted financial liberalization and the opening of markets so that banks can expand their activities and invade insurance industry in order to confront competition and staying in the market, banks distributing insurance preopening through their windows, which is called “ the insurance banking”.

The study aimed to shed light on the reality of insurance's practice banking in Alegria by clarifying the factors that help the successful practice of this activity, as well the challenges it faces. In addition, the study concludet that the insurance banking in Alegria lacks clear strategy among officials to adopt this activity, also well as the limited number of insurance products that can be distributed through Algerian banks.

Keywords: insurance Bank, Bank insurance, insurance.

Jel Classification Codes :G21 ;G22

* المؤلف المراسل.

ملخص :

شهد القطاع المالي العالمي العديد من التحولات في الصناعة المالية والمصرفية مما عزز التحرير المالي وافتتاح الأسواق ليتسع عمل البنوك ويقتحم صناعة التأمين بهدف مواجهة المنافسة والبقاء في السوق، وذلك من خلال قيام البنوك بتوزيع منتجات التأمين عبر شبابيكها وهو ما أطلق عليه " صيرفة التأمين".

قد هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع ممارسة نشاط صيرفة التأمين في الجزائر من خلال توضيح العوامل المساعدة على نجاح ممارسة هذا النشاط، وكذا التحديات التي تواجهه، وتوصلت الدراسة إلى أن صيرفة التأمين بالجزائر تفتقد إلى إستراتيجية واضحة لدى المسؤولين لتبنى هذا النشاط، وكذا محدودية المنتجات التأمينية القابلة للتوزيع عبر البنوك الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: صيرفة التأمين، التأمين البنكي، التأمين، بنك التأمين.

تصنيف JEL: G21.G22

1. مقدمة:

شهد القطاع المالي العالمي في السنوات الأخيرة من القرن العشرين العديد من التحولات الجذرية في الصناعة المصرفية، وذلك في ظل تداعيات العولمة المالية من خلال رفع القيود على الوساطة المالية بهدف زيادة المنافسة بين مختلف الفاعلين في السوق المالي، وتحريز عملية الابتكار، وكذا زيادة التحالفات والاندماجات بين مختلف المؤسسات المالية، ومن أجل التكيف مع مختلف متغيرات البيئة المالية العالمية الجديدة، قامت البنوك بتقديم حزمة شاملة ومتكاملة من الخدمات المالية والمصرفية (التوريق، التعامل في المشتقات، التأجير التمويلي، ...) كما اتسع عمل البنوك ليقتم صناعة التأمين بهدف التقليل من الخسائر التي يتعرض لها نتيجة تطور سبل التمويل المباشر، ومحاول إيجاد مصادر جديدة للدخل للبقاء في السوق. فوجدت البنوك في توزيع منتجات التأمين عبر شبابيكها إحدى هذه الاستراتيجيات، حيث أصبح بإمكان زبائن البنك الحصول على منتجات مصرفية وتأمينية من نفس الشباك، وهو الشيء الذي عجل بظهور صناعة مصرفية لم تعهد من قبل وهي صيرفة التأمين، والتي عرفت نموا وتوسعا كبيرا في معظم دول العالم.

والجزائر كغيرها من دول العالم، وسعيا منها لمسايرة التطورات العالمية، قامت بجملة من التغيرات العميقة في المجال التشريعي والهيكلية للصناعة المالية في الجزائر، والتي من بينها تنشيط وتفعيل سوق الوساطة التأمينية باستخدام مقاربة صيرفة التأمين من أجل تعظيم الاستفادة من مزاياها والنهوض بالإمكانات الهائلة والمعطلة التي يزر بها سوق التأمين الجزائري ومما سبق نتساءل عن:
ما هو واقع ممارسة نشاط صيرفة التأمين في الجزائر؟ وما هي التحديات التي تواجهه؟

أهداف الدراسة: نهدف من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعريف بصيرفة التأمين كقناة حديثة لتوزيع المنتجات التأمينية؛

- توضيح الإطار القانوني والتنظيمي المسير لتوزيع المنتجات التأمينية في السوق الجزائرية؛
- تسليط الضوء على واقع ممارسة صيرفة التأمين في الجزائر؛
- التعرف على مختلف العوامل المساعدة على نجاح ممارسة نشاط صيرفة التأمين في الجزائر ومختلف المعوقات التي تحول دون ذلك.

2. القواعد الجديدة للمنافسة البنكية ونموذج بنك التأمين: تتعامل البنوك

ومؤسسات التأمين في أغلب الأحيان مع نفس العملاء سواء مؤسسات أو أفراد، وغالبا ما يكون هناك نوعا من الترابط بين المنتجات البنكية والتأمينية وهذا نظرا لوجود نقاط مشتركة تقنية وتنظيمية تسمح بمتابعة بعض الأنشطة المشتركة

1.2 مفهوم صيرفة التأمين وجذورها التاريخية: مستجدات المعاملات المالية والمصرفية حتمت على البنوك وشركات التأمين التكامل والاشتراك في تقديم بعض المنتجات والخدمات التأمينية في إطار صناعة خدمة لم تكن موجودة من قبل ضمن الخدمات التقليدية والمتمثلة في صيرفة التأمين.

أولا: تعريف صيرفة التأمين:

صيرفة التأمين كمصطلح فرنسي الأصل 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. وقد تعددت التعاريف بتعدد نماذجه الاستراتيجية وبتعدد وجهات نظر الاقتصاديين له.

وقد عرف **Alan leach** التأمين المصرفي على أنه: "اشتراك ومشاركة البنوك ومصارف الادخار والتسليف ومنظمات القروض العقارية في صناعة وتسويق وتوزيع منتجات التأمين" (القبلي، نبيل؛ نقماري، سفيان، 2012، ص4)، أما في قاموس **LIMRA** للتأمين فقد عرفه بأنه: " تقديم منتجات وخدمات التأمين على الحياة من قبل البنوك ووكالات الإئتمان الإبحاري" (عبد القادر، بريش، 2008، ص2).

كما عرفت أيضا صيرفة التأمين على أنها: " توفير منتجات التأمين وخدمات المصارف من خلال قنوات توزيع مشتركة تجمع عملاء المصارف وعملاء شركات التأمين، والمصرف هنا لا يقوم بإنتاج أو إدارة خدمات التأمين، وإنما يقوم ببيعها وتسويقها فقط". (Alan, MEACH, 2001 ,p2)

ومن خلال هذه التعاريف نتوصل إلى أن صيرفة التأمين بمفهومها البسيط تتمثل في توزيع المنتجات التأمينية عن طريق القنوات التوزيعية للبنوك، حيث توفر مجموعة من الخدمات المالية التي تغطي احتياجات العملاء من المنتجات والخدمات المصرفية والتأمينية، ويتم ذلك عبر بنك التأمين الذي يشمل مختلف استراتيجيات الشراكة والتعاون بين البنوك وشركات التأمين (إنشاء فرع مشترك، توزيع الخدمات، اتفاقيات خدمات مالية متكاملة).

ثانيا: الجذور التاريخية لصيرفة التأمين:

بدأ نشاط صيرفة التأمين في شكل تعاون بين المصارف وشركات التأمين من خلال تقديم منتجات التأمين على الحياة، ثم تطورت لتشمل تأمين الحوادث (ضد الحريق، والأخطار المختلفة). وقد استند في إطلاق هذا النشاط على فكرة الوساطة في تأمين القروض الموجهة للمقترضين لمواجهة حالات القروض المتعثرة بسبب وفاة المقترض. وقد تطور منتج صيرفة التأمين في فرنسا باعتبارها أول البلدان التي خاضت هذه التجربة في السبعينات من القرن العشرين، وتطور فيها نتيجة لنضج السوق التأمينية الفرنسية الذي يتميز بالجودة والقدرة التنافسية العالية. ثم تليها اسبانيا التي تخطت حاجة القانون الاسباني الذي يمنع البنوك من بيع منتج التأمين على الحياة. وبهذا تعد كل من فرنسا واسبانيا أكثر أسواق التأمين نموا في العالم في مجال صيرفة التأمين؛ حيث يمثل أكثر من 65% من مبيعات التأمين على الحياة، ليعمم ويشمل كافة المجتمعات خاصة بعد حدوث موجة من التكتلات بين المصارف وشركات التأمين. (القبلي، نبيل؛ نقماري، سفيان، 2012، ص5)

2.2 أسباب ظهور صيرفة التأمين ودورها: صيرفة التأمين ظاهرة جديدة نسبياً، نجد فيها اشتراك قطاعين " البنكي " و " التأميني " في صناعة خدمة لم تكن موجودة من قبل ضمن الخدمات التقليدية. ولكن نجاحها يتطلب وجود تشريعات واضحة ومحددة تنظم العلاقة والمسؤوليات بين الطرفين.

أولاً: أسباب ظهور صيرفة التأمين: إن الاقتصاد في التكاليف هو الذي دفع مؤسسات مالية أخرى كالبنوك التجارية لبيع بعض الخدمات التأمينية، كالتأمين على الحياة الائتماني والتأمين على الممتلكات، فالخدمة التأمينية في هذه الحالة عادة ما تصاحب ائتمان حصل عليه المؤمن له من البنك لغرض شراء الشيء محل التأمين الذي قد يكون منزلاً أو سيارة. وهنا يتحقق للبنك ميزة تسويق الخدمة دون تكاليف، كما يتحقق للزبون ميزة الحصول على الخدمات المالية المتكاملة (الائتمان والتأمين) من نفس المكان، وقد اجتمعت جملة من الأسباب دفعت بالبنوك إلى الاستثمار في السوق التأميني ويمكن تلخيصها فيما يلي: (CHICHTL، 2002)

- الطبيعة التكاملية للمنتجات المالية للبنك و الشركة التأمينية،
- البحث عن التخفيض في التكاليف بمختلف أشكالها (تكاليف التوزيع، التكاليف التقنية، بنك المعطيات)؛
- اقتصاديات الحجم: عن طريق إدخال و توسيع حجم المنتجات المعروضة، وهنا تستطيع البنوك وشركات التأمين مجتمعة إنتاج منتجات بسعر تنافسي مقارنة بمنتج مقدم من طرف عدة عارضين؛
- هو إطار مساعد للتقارب بين البنوك و الشركات التأمينية و تطور مفهوم ما يعرف بالبنوك الشاملة؛

- يساعد في تحقيق الميزة النسبية فيما يخص بنك المعطيات للزبائن و الصورة التجارية للبنك؛
- درجة التطور التكنولوجي للبنوك أكبر منها في الشركات التأمينية؛
- تمكين البنوك من زيادة ولاء عملائها عن طريق تقديم خدمة كاملة لهم.

ثانياً: دور صيرفة التأمين: إن الشراكة التي تقوم بين المصارف وشركات التأمين من خلال نموذج بنك التأمين يعود بالنفع على جميع الأطراف المتداخلة فيه. فكل من شركة التأمين والبنك والمستهلك (زبون البنك أو المؤمن له) تجد مصلحتها حسب النموذج المتفق عليه، والذي يتم اختياره وفقاً للظروف الفردية والفرص التي توفرها السلطات في كل بلد.

أ. دور صيرفة التأمين بالنسبة لشركات التأمين: (ريجدا، ترجمة محمد توفيق، و المهدي، 2006، ص66)

أدى الاندماج بين شركات التأمين و البنوك إلى توفير شبكة جديدة أكثر كثافة و أقرب إلى الزبائن و أكثر اطلاعا على احتياجاتهم و ظروفهم، مما أدى إلى توسيع قاعدة زبائن شركات التأمين بشكل كبير من خلال استقطاب زبائن كان من الصعب الوصول إليهم، وذلك للاستفادة من الصورة الجيدة و الثقة التي تتمتع بها البنوك و كذا ما تتميز به خدماتها من جودة؛

- تعتبر هذه الشبكة فرصة جديدة لتغيير أساليب التوزيع، ومن ثم الحد من مخاطر الاعتماد المفرط على شبكة توزيع واحدة، مما يؤدي إلى الاستفادة من تخفيض تكاليف التوزيع و العمولات المرافقة لها مما يمكنها من عرض أسعار تنافسية نظراً لتدني التكلفة ووفرات الحجم؛
- حصول شركة التأمين على مساندة البنك لمركزها المالي في حال الاندماج، وبالتالي الحد من مخاطر السيولة، مما ينعكس إيجاباً على جودة الخدمات التأمينية؛

- انسحاب ثقة العميل بالمصرف الذي يتعامل معه إيجابا على سمعة شركة التأمين وانتشارها، مما يسمح لها بالوصول إلى شريحة جديدة من الجمهور؛
 - تحسين المردودية، فالمعرفة الجيدة للأخطار، والرفع من حجم النشاط التأميني مع تخفيض تكاليف التوزيع يؤدي إلى تحسين مردودية المؤسسة التأمينية.
- وبالرغم هذا الدور الايجابي لصيرفة التأمين على شركات التأمين، إلا أنها لا تغلو من بعض المخاطر أهمها تحويل مركز القرار، حيث أن المؤسسة التأمينية مطالبة بإيجاد منتجات حسب خيارات وحاجات البنك، بالإضافة إلى اختلاف الثقافة التجارية وخاصة في مجال اختبار الأخطار، وكيفية معالجة الملفات. ومن جهة أخرى نجد أنه قد يبقى ولاء العميل للمصرف وليس لشركة التأمين، وقد يزداد هذا الولاء بارتفاع عدد المنتجات التي يفتتها العميل من المصرف. (عبد القادر، بريس، 2008، ص3)

ب. دور صيرفة التأمين بالنسبة للبنوك: (سلام و شقيري نوري، 2007، ص76)

- في حالة تكوين المشروعات المشتركة و الاندماج بين البنوك و شركات التأمين ، يستطيع البنك الاستفادة من مزايا الإعفاءات الضريبية على أفساط التأمين على الحياة؛
- شركات التأمين تتمتع بقدرات خاصة يمكن أن تفيد البنوك في مجال دراسة المخاطر و متابعتها إلى جانب خبرتها التسويقية مما يسمح بالرفع من مردودية الموارد البشرية وإنتاجيتهم؛
- تعتبر صيرفة التأمين وسيلة لخلق تيار إيرادات جديد من خلال تحصيل عمولات ومداخل جديدة مقابل توزيع المنتجات التأمينية،
- تحقيق مردودية أكبر للموارد من خلال التخفيض من التكاليف الثابتة التي يتم توزيعها على أكبر عدد من المنتجات التي يستخدمها العميل؛

▪ زيادة حصة المصرف من السوق، واستقطاب الزبائن، والحفاظ عليهم من خلال عرض منتجات أكثر تنوعا، وبالتالي زيادة ثقة وولاء العملاء للبنك بزيادة عدد المنتجات التي يستخدمها.

ونجد أيضا أنه بالرغم من هذه الايجابيات، فإن صيرفة التأمين بالنسبة للبنوك لا تغلو من بعض السلبيات أهمها: (عبد القادر، بريس، 2008، ص3)

▪ تطوير توزيع المنتجات التأمينية يؤثر ويساهم في تهميش بعض المنتجات البنكية الأساسية؛

▪ الخطر على صورة البنك، وتحديدًا من خلال طول مدة الانتظار المعروفة للتعويض عن الحوادث المؤمنة؛

▪ ارتفاع تكاليف تكوين الموظفين نظرا لتعدد النشاط التأميني الذي يتطلب معرفة دقيقة وخاصة.

ج. دور صيرفة التأمين بالنسبة للمستهلك (الزبون بالنسبة للبنك أو المؤمن له بالنسبة لشركة التأمين): (عبد القادر، بريس، 2008، ص3)

- العميل يستفيد من فرصة شراء منتجات تأمين بسيطة و غير مكلفة في كثير من الأحيان، مع أقساط تتناسب مع احتياجاته مع سهولة الحصول عليها لان النظام المصرفي عموما أكثر كثافة من وكالات التأمين؛
- توفير شمولية الخدمة للعميل مما يمكنه من إجراء مختلف عملياته المصرفية والتأمينية في مكان واحد في أقل وقت (سويار ماركت المصرفي).

3.2 النماذج الإستراتيجية لصيرفة التأمين: صيرفة التأمين يسمح للمصارف

بالقيام بعملية توزيع للمنتجات التأمينية دون إنتاجها. لذلك على المصرف الاختيار بين مجموعة من الاستراتيجيات أهمها: شراء مؤسسة تأمينية، إنشاء مؤسسة تأمينية خاصة به، عقد تحالف مالي مع مؤسسة تأمينية، عقد اتفاقية لتوزيع المنتجات التأمينية. وذلك حسب درجة التكامل والأهداف المنتظرة من النموذج. (حسين، 2010، العدد 3، ص7-

8) ونجاح نموذج صيرفة التأمين المتبع يأخذ بعين الاعتبار إرادة تنويع الأنشطة ومقدار ما يمكن جنيه من هذه العملية، دون إهمال مقاومة التغيير بالنسبة للموظفين الذي تتطلبه العملي.

أولاً: اتفاقيات التوزيع للمنتجات التأمينية عبر المصارف: وهي الشكل البسيط لبنك التأمين، شائع أكثر في آسيا، يكون البنك بموجب هذه الاتفاقية مجرد وكيل لبيع منتجات التأمين الخاصة بالمؤمن على نطاق واسع والمرتبطة بالمنتجات المصرفية، والذي يجعله في منافسة مباشرة مع الوسطاء والوكالات العامة. بهذا فإن هذا النوع يعتبر إستراتيجية تجارية محضا 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. (القبلي، نبيل؛ نقماري، سفيان، 2012، ص12) وتعتبر هذه الاتفاقيات كخطوة أولى نحو بنك التأمين في انتظار الشروع في الاستراتيجيات الأكثر تطورا، والتي تتميز بدرجة عالية من التكامل في تطوير المنتجات والخدمات وإدارة قنوات التوزيع.

ثانياً: إنشاء شركة تابعة جديدة: يقوم البنك بإنشاء شركة تابعة له مختصة في بيع منتجات التأمين عبر الشبابيك البنكية، رغبة منه في السيطرة بشكل كامل على النشاط الجديد، فاستراتيجيات النمو الداخلي يسمح للبنك بالحصول على تعويضات متمثلة في عمولات وأرباح. ولا تسمح بتسريبها إلى كيانات اقتصادية أخرى. ويتطلب هذا النموذج استثمارات كبيرة في تكوين الأصول والأفراد بهدف اكتساب الخبرة اللازمة لإجراء العمليات بالشكل الصحيح. (القبلي، نبيل؛ نقماري، سفيان، 2012، ص12) والميزة الأساسية لهذا النموذج هي أن البنك سوف يقوم بتنويع منتجاته عبر تطوير شراكته مع الشركة التابعة للاستجابة لتوقعات واحتياجات العملاء، ومنه توفير منتج مصمم وفق معايير الطلب. وينتشر هذا النوع بصفة كبيرة في أوروبا عموما وفرنسا على وجه الخصوص.

ثالثا: المشاريع المشتركة: البنك الذي لديه قاعدة بيانات متطورة جدا، ومن خلال اتحاده مع شركة التأمين يستطيع تقديم سلسلة قوية من المنتجات والخبرات وذلك من خلال المشاريع المشتركة لإنشاء شركة تأمين جديدة، والتي يقاسم من خلالها المصرف وشركة التأمين الأسهم. كما قد يقتصر دور شركة التأمين في التوجيه وتقديم النصائح أثناء فترة إنشاء الفرع، والذي سوف يسير من قبل البنك مستقبلا، ويصبح مملوكا له بالكامل. وتتميز هذه الإستراتيجية ب: (حمل طارق، بوشناق أحمد، 2011، ص5)

- ملكية متبادلة للمنتجات والعملاء؛
- تبادل قواعد بيانات العملاء،
- تتطلب استثمارات كبيرة من كلا الطرفين؛
- المشكلة الرئيسية في حجم المساهمة والسلطة

ويمكن لهذه الاستراتيجيات أن تكون جد فعالة في عملية التآزر التشغيلي، لأن شركة التأمين تلعب دور المستشار أثناء فترة الإنشاء، وإدارة المخاطر باستعمال خبرتها في ميدان التأمينات وإدارة الأخطار. ومن جهة أخرى، يمكن للبنك استخدام قائمة عملائه، وشبكة توزيعه بما يمكنهم من تجنب بعض العوائق المتعلقة بالثقافة وإستراتيجية المؤسسة. وتجدر الإشارة في الأخير أن لا يوجد نموذج إستراتيجي لإيجاد أفضل مقاربة بين المؤسستين، لذلك فإنه على كل من المصرف وشركة التأمين إيجاد الصيغة الأنسب لحالتهم، واحتياجاتهم لما يتوافق مع بيئتهم الثقافية والقانونية، لذلك فإن أفضل مشروع للتأمين المصرفي يعتمد على نقاط قوة وضعف المنظمة، وعلى الشريك الأمثل المحتمل.

2.4 متطلبات نجاح صيرفة التأمين: عرفت صيرفة التأمين نمول ونجاحا كبيرا في العديد من الأسواق مثل: فرنسا واسبانيا، إيطاليا، بلجيكا، هولندا... باعتبارها أحد السبل التسويقية الحديثة للخدمات التأمينية التي تستند على الثقة المتبادلة بين البنك

وعملائه، والتي تشمل المعاملات التأمينية الأخرى للعميل. إلا أنها لا تزال ضعيفة في بلدان أخرى، ومن جراء مجموعة من التحاليل للتأمين المصرفي حول العالم من قبل مجموعة من الخبراء، 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: تتعلق بالمحيط الاقتصادي والاجتماعي والثقافي الذي يعمل فيه بنك التأمين، وتتمثل فيما يلي: (Tahar, 2003,p25)
أ. بيئة قانونية وجبائية ملائمة: تمثل البيئة القانونية والجبائية المقام الأول في البيئة الاقتصادية للبلد، والتي تسمح بنجاح بنك التأمين.

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

■ **الامتيازات الجبائية:** يمكن للمزايا الجبائية تشجيع المستهلكين على الاستثمار في منتج التأمين على الحياة أو التقاعد بدلا من منتج واحد. وبهذا فإن النظام الجبائي يمكن أن يؤثر سلبا أو ايجابا على مبيعات المنتجات، وعلى سبيل المثال فرنسا التي استفادت من نظام جبائي تفضيلي على منتج التأمين على الحياة حتى سنة 1998، مما جعلها أكثر الدول مبيعا لهذا المنتج، إلا أن إصلاح قوانين المالية 1998-1999 أعاد صياغة النظام

الضريبي لهذا الفرع، مما أدى إلى انخفاض جاذبية هذا المنتج ، وانخفاض في رقم أعماله ب 15 % من بيع منتجات التأمين على الحياة.

ب. العوامل الثقافية والسلوكية: بعض تصرفات العميل في الدول التي عرفت فيها صيرفة التأمين نموًا كبيرًا اتخذت كنماذج لدراسة سلوك العملاء في بقية الدول لتحديد الأسباب التي أدت إلى نجاح هذا النموذج أهمها: (القبلي، نبيل؛ نقماري، سفيان، 2012، ص7)

- **الصورة الجيدة للمصارف لدى الزبائن:** تلعب السمعة الجيدة، والعلاقات الخاصة والجيدة للعملاء مع المصارف دورًا هامًا في نجاح بنك التأمين، من خلال السعي لأن يكون البنك أكثر قدرة على التعامل مع المشاكل المالية للمؤمن له. وقد ثبت هذا في دول مثل فرنسا، إيطاليا، إسبانيا عكس الدول التي تكون معظم التعاملات المصرفية للزبائن عبر الهاتف أو الإنترنت؛
- **تقارب الشبكات البنكية:** تعد الشبكة الجغرافية المنظمة والمتقاربة للقطاع المصرفي مسألة جوهرية، وعاملًا رئيسيًا لتحقيق النجاح، فوجود عدد كبير من نقاط البيع من شأنه تسهيل اللقاءات بين المصرفيين والمستهلكين، وبالتالي زيادة حظوظ بيع وتسويق المنتجات؛
- **سلوك المستهلك:** يعد استخدام المستهلك لشبكة الإنترنت من أهم العوامل المؤثرة على درجة تطور نشاط صيرفة التأمين في البلد، ففي البلدان التي يتم فيها التعامل الشخصي المباشر للعملاء مع البنوك لتوصيل احتياجاتهم المالية مباشرة مثل: فرنسا، إسبانيا، إيطاليا.
- **انخفاض معدل انتشار التأمين:** إن الدول التي يتميز فيها قطاع التأمين بالانتشار المنخفض عرف فيها نشاط صيرفة التأمين نموًا معتبرًا مع فعالية كبيرة وسرعة أكبر، حيث سعت البنوك الدولية الكبرى وكذا شركات التأمين من استغلال انخفاض معدل انتشار التأمين في هذه الدول بعقد تحالفات أو

شراكات مع شركات التأمين والبنوك المحلية ذات الشبكات الكثيفة والمنظمة لدرائتها أكثر باحتياجات المستهلكين المحليين.

ثانياً: العوامل الداخلية لنجاح بنك التأمين : لنجاح صيرفة التأمين أولاً يجب أن تكون إرادة اعتمادها وتطويرها خياراً استراتيجياً يبدأ من أعلى الهرم الإداري ويسري على كافة المستويات في المؤسسة. ورغم الوزن الثقيل للعوامل الخارجية وتأثيرها الكبير على نجاح صيرفة التأمين إلا أن العوامل الأكثر تأثيراً هي العوامل الداخلية ومن أهمها هذه نجد:

(ouiza, Belhocine, 2009.p18)

- **نموذج بنك التأمين المتبع:** لا يوجد نموذج قياسي لصيرفة التأمين إلا أنه كلما كان النموذج متكامل جزئياً أو كلياً (صيغة النموذج والبيئة الثقافية والتنظيمية الخاصة به) لهياكل قوية (نظام المعلومات الآلي، شبكة البيع،...) سمح ذلك بتحقيق المزيد من الكفاءة من خلال الوصول إلى نقطة مثلى لتكاليف الإنتاج؛
- **نموذج إداري متكامل:** تستند صيرفة التأمين على نموذج إدارة فعال للغاية مندمج اندماجاً كلياً في العمل المصرفي، ومن أهم شروطها توفير نظام معلومات آلي فعال موضوع تحت تصرف قوى البيع (الشبكة البنكية) للتمكن من الحساب في عين المكان لقسط التأمين وإصدار العقد مباشرة، ومن دون شك أن هذا النموذج من التكامل يسمح لنشاط صيرفة التأمين من الحصول على ميزة تنافسية كبيرة.
- **تكوين البائعين (الموظفين):** من أجل تحقيق نجاح لصيرفة التأمين يجب تدريب الموظفين العاملين في الشبكة البنكية في مجال التأمين لتمكينهم من إتقان أساسيات التأمين، حتى يكونوا قادرين على تقديم خدمة جيدة للعملاء

■ **نظام الحوافز الموجه للبائعين (الموظفين):** من الرقي بالاهتمامات والرغبات التي يقدمها العملاء، من الضروري وضع نظام تعويضات لتحفيز البائعين يستند على عدّة عوامل " نوع المنتجات المباعة، عددها، مقدار رأس المال المطروح، ...) ، حيث أن بيع منتجات التأمين الملحقة بالمنتجات البنكية مثل: عقود التأمين على الحياة للحصول على قرض يتم بطريقة تلقائية أو إلزامية، ولكن في حالة بيع المنتجات المعقدة (مثل: منتجات الادخار ذات الصيغة المالية، منتجات التأمين على الأضرار،...) يتطلب جهد كبير للبيع، ومستوى عال من التأهيل، ومنه يجب تطبيق نظام مكافآت فعال ومناسب؛

■ **مواصفات المنتجات المسوقة:** بنك التأمين عادة ما يبدأ بتوزيع منتجات التأمين البسيطة المدمجة أحيانا مع عروض البنك، حيث توافقها مع المنتجات المصرفية يسهل عملية بيعها، ثم يمكن توسيع نطاق المبيعات من خلال صيرفة التأمين عندما تصبح شبكات البنك على دراية تامة بمفهوم التأمين على الحياة، ويصبح السوق أكثر نضجا لاستعاب مبيعات أكثر تعقيدا، ولكن بشرط سهولة الفهم والتقديم.

3. صيرفة التأمين في الجزائر: يعد قطاع التأمين من أهم القطاعات المالية في الجزائر بعد القطاع المصرفي، وقد عرفت تطورات منتالية وتغيرات جذرية من الفترة الاستعمارية إلى يومنا هذا.

1.3: الإطار التشريعي لصيرفة التأمين في الجزائر: إن قانون النقد والقرض الصادر في 1990 يمنع فيه التشريع الجزائري على غير وحدات القطاع المصرفي القيام بالخدمات والأعمال المصرفية، أو منح الائتمان إلا في حدود ضيقة، كما يمنع على البنوك التجارية ممارسة أنشطة التأمين كما هو محدد في المادتين 110

و114، فهناك فصل واضح في التشريع الجزائري بين مهام ووظائف البنوك التجارية، ومهام ووظائف المؤسسات المالية الأخرى على رأسها شركات التأمين.

غير أن المرسوم 11/03 المؤرخ في 26 أوت 2003 المتعلق بالنقد والقرض نظم الجهاز المصرفي في الجزائر من خلال التعريف على وجه الخصوص بالعمليات التي يمكن للمؤسسات المالية القيام بها، وكذا العمليات ذات الصلة التي يمكن أن تمارس من قبل البنوك على شكل عمليات ملحقه مثل: الاشتراك، الشراء، حفظ وبيع الأوراق المالية (المادة 72). كما تحدد المادة 03 من القانون 95-06 المتعلق بالأنشطة البنكية وأنشطة المؤسسات المالية والأنشطة التكميلية للأنشطة البنكية مثل: عمليات التأمين التي تكمل العمليات البنكية ببيع الضمانات التي تصاحب اتفاقية القرض؛ حيث أن بيع منتجات التأمين الأخرى التي ليس لها علاقة بالعمليات البنكية مثل: تأمين الأعباء الطبية، والأخطار المتعددة للسكن وحتى تأمين السيارات من قبل البنوك لا يتم إلا بعد الحصول على موافقة صريحة من السلطات النقدية والمالية. كما توضح المادة 75 من القانون 11/03 أن يسمح للبنوك بالدخول في السحوبات والأنشطة الأخرى وغيرها من الحالات المحددة صراحة في القانون. (المرسوم رقم 11/03 المتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 2003).

وبالرغم من هذا الفصل الواضح في مهام ووظائف كل من البنوك و شركات التأمين إلا أن هناك بعض الترابط بينهما، و يتجلى ذلك من خلال مساهمة البنوك التجارية العمومية في رأس مال بعض شركات التأمين في الجزائر كاستثمار لهذه المصارف حيث نجد: (عبد القادر، بريس، 2008، ص5)

✚ مساهمة كل من القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، البنك الجزائري الخارجي والبنك الوطني الجزائري في رأس مال الشركة الجزائرية لضمان الصادرات (CAGEX) التي تم إنشاؤها في 05 جوان 1996 في شكل شركة ذات أسهم.

✚ المساهمة المشتركة بين المصارف العمومية و الدولة في الشركة الجزائرية لضمان قروض الاستثمار (CAGCI) التي أنشأت سنة 1999 برأس مال قدره 2 مليار دينار جزائري، و تتمثل المهمة الأساسية لهذه الشركة في ضمان قروض الاستثمار الموجهة للأفراد و المؤسسات.

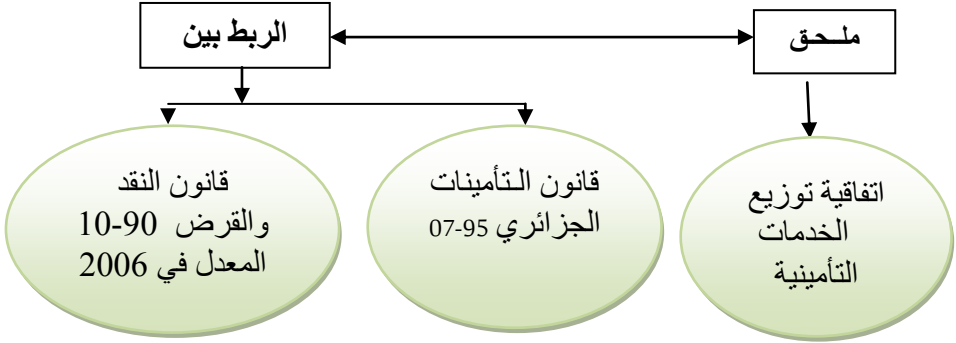
✚ المساهمة المشتركة بين المصارف العمومية و الدولة في شركة ضمان القروض العقارية (SGSI) التي تم إنشاؤها سنة 1999 برأس مال قدره 1 مليار دينار جزائري، وهذا لتقديم الضمانات للمصارف لكي تقدم قروضا عقارية التي شهدت نموا ملحوظا في السنوات الأخيرة.

✚ تعديل و توسيع أنشطة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي لتشمل العمليات المتعلقة بالفلاحة و تطويرها، وهو المؤسسة المصرفية الجزائرية الوحيدة التي تمارس خدمات (تأمين الأخطار المتعلقة بالأخطار الفلاحية و أخطار الصيد البحري).

✚ مساهمة الشركة الجزائرية للتأمين و إعادة التأمين في رأس مال البنك العربي للتعاون بنسبة 5 %، و هو مصرف خاص أجنبي

أما الإطار التشريعي لصيرفة التأمين في الجزائر فيتمثل في الربط بين القانون البنكي (قانون النقد والقرض 90-10 المعدل في 2006) والقانون المنظم لنشاط التأمين في الجزائر (قانون التأمينات الجزائري 95-07 الصادر في 25 جانفي 1995)، بالإضافة إلى الاتفاقية التي تنظم عملية توزيع الخدمات التأمينية من طرف البنوك، كما هو مبين في الشكل رقم (01) الموالي:

الشكل رقم (01): الإطار التشريعي لصيرفة التأمين في الجزائر



المصدر: (حمول طارق، بوشناقفة أحمد، 2011، ص8)

وبالنظر إلى الوضع الحالي المتمم بالعلومة و التكتلات و الاندماج السريع في السوق العالمية ، ولكوارث السنوات الأخرى ،وجب تقييم جيد للأخطار لتقوية الوضعية المالية لشركات التأمين مما يدعم من ثقة المؤمنين، و لتدارك النقائص و الاختلالات التي عرفها القطاع، وسعيا من السلطات لتثمين موارد الشركات التأمينية خاصة المورد البشري منها ودعم تطوير التأمين لتكون أداة للتنمية الاجتماعية و الاقتصادية في البلاد ، تمت مراجعة قانون التأمينات من خلال القانون 06-04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للأمر 07-95، والذي يتمحور حول النقاط التالية لتطوير سوق التأمين في الجزائر وذلك بتفعيله من الناحية القانونية والمهنية: (حساني، 2010، العدد 3، ص15)

أ. **تحفيز النشاط:** عن طريق تنويع المنتجات التأمينية و الاستجابة لتطلّعات المتعاملين و ضمان حماية أكبر لحقوق المؤمنين و شفافية أكبر في التسيير؛
ب- **تدعيم الأمن المالي لشركات التأمين:** من خلال وجوب توفّر هذه الأخيرة على صلابة مالية جيدة و مسيرين أكفاء؛

ج- إعادة تنظيم الجهاز الرقابي على التأمينات: من خلال إنشاء لجنة

مستقلة للإشراف على التأمينات تحل محلّ الدولة (مديرية التأمينات - وزارة المالية).

د- دعم الحكم الراشد لشركات التأمين: من خلال عقود الأداء للمسيرين،

ووضع آليات قانونية من شأنها ضمان تسيير فعّال لمجالس إدارة شركات التأمين.

هـ- تسريع عملية تحرير السوق أمام شركات التأمين الأجنبية.

و- تنويع قنوات التوزيع: لضمان بيع المنتجات التأمينية من خلال قنوات أخرى

غير شركات التأمين خاصة عن طريق الشبكة البنكية.

ومن خلال هذا القانون (06-04) أصبحت صيرفة التأمين ممكنة في الجزائر بموجب

المادة 53 من هذا القانون التي نصت على ما يلي: " يمكن لشركات التأمين توزيع

منتجات التأمين من خلال البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية والشبكات الأخرى

للتوزيع". كما تم تنظيم صيرفة التأمين في الجزائر عن طريق إصدار نصين قانونيين

تنفيذين وهما: (حملو طارق، بوشناقّة أحمد، 2011، ص9)

• المرسوم التنفيذي رقم 07-153 المؤرخ في 22 ماي 2007 المحدد لكيفية

وشروط توزيع منتجات التأمين من قبل البنوك والمؤسسات المالية والمؤسسات

الشبيهة، وشبكات التوزيع؛

• الأمر 60 الصادر في 06 أوت 2007 والذي يحدد منتجات التأمين التي

يمكن توزيعها، والعمولات القصوى لتوزيع كل منتج.

2.3. ممارسة نشاط صيرفة التأمين في الجزائر: نظرا للاهتمام الكبير من

طرف شركات التأمين والبنوك الجزائرية لصيرفة التأمين، وبالرغم من تأخر نمو هذه

الأخيرة في السوق الجزائرية، إلا أنه منذ صدور المراسيم المنظمة لهذه العملية سعت كل

من مؤسسات التأمين والمؤسسات البنكية إلى التوقيع على بعض اتفاقيات الشراكة

الإستراتيجية لتوزيع المنتجات التأمينية وفقا لنموذج بنك التأمين الذي تم عرضه في

المرسوم التنفيذي رقم 60 الصادر في 06 أوت 2007، والذي يعتبر الإطار العام لكل

عمليات الشراكة بين البنوك وشركات التأمين التي تدخل في إطار التأمين المصرفي، والتي كان الهدف الأساسي منها هو سماح المؤسسة التأمينية للمؤسسة البنكية بتوزيع المنتجات التأمينية لحسابها مقابل عمولات تقتطع من الأقساط التأمينية المحصلة وذلك وفقا للجدول التالي:

الجدول رقم (01): العمولة المستحقة لموزع الخدمة (البنك أو المؤسسة المالية)

فرع التأمين	العمولة المستحقة لموزع الخدمة (البنك أو المؤسسة المالية)
تأمينات الحياة فرع الرسملة	40% من القسط الأول لفرع الرسملة و10% من الأقساط السنوية الموالية
تأمينات الأشخاص	عمولة بنسبة 15% لتأمينات الأشخاص
تأمين القرض	عمولة بنسبة 10% عن فرع تأمين القرض
تأمين أخطار السكن	عمولة بنسبة 32%
التأمين الإلزامي لأخطار الكوارث الطبيعية	عمولة بنسبة 5%
التأمين الزراعي	عمولة بنسبة 10%

المصدر: المرسوم التنفيذي رقم 07/153 المؤرخ في 2007/05/22، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 35، الصادرة في 2007/05/23

ومن خلال هذا الجدول يتضح لدينا مختلف فروع التأمين الممكن توزيعها عن طريق الشبكة البنكية، وكذا مختلف النسب المئوية من قسط التأمين الخالي من الرسوم والحقوق التي حددها المشرع كمكافأة للبنك على تقديمه للخدمة التأمينية، كما أن الاتفاقية الموقعة بين البنك ومؤسسة التأمين في إطار بنك التأمين يجب أن تلحق بقائمة الوكالات أو نقاط البيع التابعة للبنك أو المؤسسة المالية المعنية باكتتاب وتوزيع عقود التأمين.

وبالنظر لما سبق، عرفت صيرفة التأمين في الجزائر تطور ملحوظ، إذ بلغ حجم المبيعات 1.7 مليار دج سنة 2014، محافظا بذلك على مستوى الإنتاج مقارنة بسنة 2013، مع زيادة طفيفة قدرت بنسبة 1.02 % ، وتمثل شركات التأمين على الأشخاص 80.1% من إجمالي إنتاج صيرفة التأمين (عادل زقير، 2017، صفحة 157)، ليلغ مجموع إنتاج خدمة بنك التأمين خلال السنة المالية 2015 قارب 2.2 مليار دج، أي بزيادة قدرها 0.5 مليار دج، مما يعني أن نشاط صيرفة التأمين في تطور مستمر، وهو ما عكسه تزايد عدد الاتفاقيات المبرمة بين شركات التأمين والبنوك الناشطة في السوق الجزائرية، حيث نجد أن هناك اهتمام من قبل هذه الأخيرة بمجال صيرفة التأمين من خلال مجموعة من الاتفاقيات التي أبرمت بين الطرفين والتي يمكن ذكر أهمها فيما يلي: (حمل طارق، بوشناق أحمد، 2011، صص 12-13) و www.Cnepanue.dz، www.caar.dz ، www.bdl.dz ، www.elmodjahid.com .

أ. اتفاقية الشراكة بين الصندوق الوطني للتوفي والاحتياط والشركة الوطنية للتأمينات: قام البنك بإنشاء صندوق الضمان سنة 1998، والمرتبط إداريا بمديرية تحصيل الحقوق الذي يضمن تحصيل القروض في حالة وفاة المدين، وأبرم البنك اتفاقية الشراكة مع المؤسسة الوطنية للتأمينات بهدف تأمين عملاء البنك الذين تحصلوا على قروض في حالة الوفاة أو العجز التام و الدائم، حيث يقوم البنك باكتتاب العقود التأمينية لصالح طالبي القرض في شبائكه البنكية مقابل عملات عن كل قسط تأميني يكتتب، كما يمكن للبنك أن يشارك في نتيجة الاستغلال الخاصة بالمنتج وفقا لنظام محدد مسبقا.

ب. اتفاقية الشراكة بين الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط وشركة كارديف الجزائر (فرع لبنك ب، ي، بي باريبا للتأمين): في إطار فتح سوق التأمين للشركات الأجنبية، وقع بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط مع شركة كارديف الجزائر (فرع لبنك ب، ي، بي باريبا للتأمين) في 25 مارس 2008 على

اتفاقية شراكة تدرج ضمن إطار التأمين المصرفي، والتي يسمح بموجبها بيع منتجات التأمين الخاصة بشركة كارديف الجزائر عبر شبكات بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط. وفي المرحلة الأولى قامت شركة كارديف الجزائر بتطوير منتجات تأمينية مصممة خصيصا لعملاء البنك المتمثل أساسا في منتجات التقاعد، والادخار، والتأمين على الحياة، والعديد من المنتجات التي تغطي تأمين القروض الخاصة بالبنك علة الحياة وضد العجز عن العمل أو البطالة، وتعتبر شركة كارديف الشركة الوحيدة ذات الأبعاد الدولية التي اعتمدت للعمل في الجزائر.

ج. اتفاقية الشراكة بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية والشركة الوطنية للتأمينات: وقعت الشركة الوطنية للتأمينات مع بنك الفلاحة والتنمية المحلية يوم 20 أبريل 2008 على اتفاقية تسمح بتوفير منتجات التأمين المتعلقة بالمخاطر الزراعية كاحتراق المحاصيل، والبرد والزراعات الفتية، والأخطار المتعلقة بجني المحاصيل، كما تشمل أيضا منتجات التأمين على الأشخاص، ومنتجات التأمين المتعلقة بالسكن، من خلال عقود تأمين تباع على مستوى شبابيك بنك الفلاحة والتنمية الريفية الموزعة عبر كامل التراب الوطني. وذلك مقابل مبالغ تحسب على شكل عمولات محسوبة بنسب مئوية على الأقساط المحصلة، ومن أجل ضمان أحسن تسويق لمنتجات التأمين فإن أعوان اكتتاب عقود التأمين على مستوى البنك خضعوا لدورات تكوينية تنقسم إلى قسم نظري يتم على مستوى مراكز التكوين التابعة للشركة الوطنية للتأمينات، وقسم تطبيقي يتم على مستوى وكالاتها.

د. اتفاقية الشراكة بين الشركة الوطنية للتأمينات وبنك التنمية المحلية: تم توقيع الاتفاقية في 19 أبريل 2008، وتمحورت حول توزيع المنتجات المعروفة جيدا "التأمين على الأشخاص، تأمين السكن، أما تأمين السيارات فلا يدخل ضمن الاتفاقية"، عبر شبابيك بنك التنمية المحلية المقترحة من الشركة الوطنية للتأمينات. وتجدر الإشارة إلى أن

وثائق التأمين التي تباع في البنوك هي نفسها التي تباع في وكالات الشركة الوطنية للتأمينات دون أي فارق في تكلفة العقد بالنسبة للمؤمن له.

ه. اتفاقية بين الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين والقرض الشعبي الجزائري: تم توقيع اتفاقية الشراكة في ماي 2009، على أن يتم إدخال وتسويق منتجات تأمين جديدة إلى السوق، وذلك بداية من 1 جويلية 2009 على مستوى ثلاث وكالات نموذجية تابعة للقرض الشعبي الجزائري المتمثلة في: وكالة حيدرة، ديدوش مراد، وكالة باب الزوار. وكان ذلك من خلال إطلاق أربع منتجات كخطوة أولى: التأمين ضد الأخطار المتعددة للسكن، التأمين ضد الكوارث الطبيعية، التأمين ضد خطر الوفاة المؤقت، تأمين القروض. ليتم توسيع هذه المنتجات في مرحلة ثانية بإضافة منتج تأمين السفر إلى الخارج، تأمين الجماعات، تأمين الحوادث الفردية والجماعية. وذلك وفقا لجدول زمني متفق عليه من طرف ممثلي المؤسستين.

و. الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين والبنك الوطني الجزائري: تم توقيع اتفاقية الشراكة بين الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين والبنك الوطني الجزائري بالاشتراك مع الشركة الوطنية للتأمينات و الشركة الجزائرية للتأمين الشامل على مشروع شراكة يسمح بتوزيع منتجات التأمين التابعة لهذه الشركات عبر شبابيكه، وكانت أول تجربة له يوم 04 أكتوبر 2010.

ي. اتفاقية بنك البركة مع شركة السلامة للتأمينات: بتاريخ 4 أكتوبر 2011 أعلن مدير التسويق على مستوى بنك البركة عن بداية تسويق بعض المنتجات التأمينية الإسلامية الخاصة بشركة السلامة للتأمينات على مستوى شبابيك البنك. ويبقى الهدف العام من هذه الاتفاقيات هو تكثيف شبكة توزيع المنتجات التأمينية من جهة، وتنويع مصادر الدخل للبنوك وشركات التأمين، بالإضافة إلى:

▪ اتفاقية شركة AXA للتأمين مع بنك الخليج الجزائري، وسوسيتي جينيرال الجزائر والبنك الوطني الباريسي؛

- اتفاقية شركة TRUST للتأمين مع بنك TRUST ؛
- اتفاقية CAARAMA للتأمين مع كا من القرض الشعبي الجزائري والبنك الوطني الجزائري والمؤسسة العربية المصرفية.

3.3 العوامل المساعدة على نمو صيرفة التأمين في الجزائر ومعوقاتها: يعتبر السوق الجزائري سوقا خصبا لتطوير مشروع صيرفة التأمين نظرا لجملة من العوامل والمحفزات المساعدة على نموه وتطوره، وبعضها الآخر يعتبر كمعوقات، والتي نوجزها فيما يلي: (القبلي، نبيل؛ نقماري، سفيان، 2012، ص20-25).

أولا: على مستوى البنوك:

- **معدل انتشار قوى للبنوك الأجنبية:** عزز الإطار القانوني بوادر المنافسة داخل النظام المصرفي بإصدار القانون 03-11، والذي سمح بدخول البنوك الأجنبية والمؤسسات الخاصة والوطنية والخارجية، والتي أغلبها تمارس نشاط التأمين المصرفي أو لديها فرعها التأميني الخاص بها مثل: CARDIF التابعة لمجمع BNP baribas ، وكذا sogecap للتأمين على الحياة والرسملة والتابعة لمجموعة Société général مما يساهم بلا شك في تطوير بنك التأمين في الجزائر، حيث اتفاقيات الشراكة للبنوك الجزائرية مع هذه المؤسسات يسمح لها بالاستفادة من خبرتهم، وتفعيل سوق التأمين على الأشخاص وفق أسس جديدة؛
- **شبكة توزيع بنكية متقدمة نوعا ما:** عرفت شبكة البنوك العمومية خارج بنك الجزائر وشبكة البنوك الأجنبية توسع كبير ومستمر خلال السنوات الأخيرة، حيث أن شبكة البنوك العمومية كانت تضم 1.083 وكالة مع نهاية سنة 2011 مقابل 343 وكالة للبنوك الخاصة والمؤسسات المالية 2. ويفسر

هذا التوسع بآثار المنافسة للبنوك الأجنبية، إذ وجدت البنوك العمومية نفسها مجبرة على توسيع وتطوير شبائبيها للحفاظ على حصتها السوقية، وهم ما انعكس إيجابا على نمو نشاط بنك التأمين في الجزائر، من خلال توفير الخدمات المحلية، ومحاولة التقرب من العملاء؛

■ **ضعف الوساطة المالية:** نظرا لتطور التمويل المباشر فإن البنوك تدهورت مرد وديتها مما دفعها للبحث عن مصادر جديد للدخل، فوجدت بأن الدخول في سوق التأمين حلا لتعويض النقص من خلال ما تحصله عليه من عمولات من شركة التأمين مقابل استخدام هذه الأخيرة لشبائبيها في عملية توزيع المنتجات التأمينية.

ثانيا: بالنسبة لشركات التأمين: لتوسع قطاع التأمين في الجزائر فإن لا بد من إبرام شركات التأمين لاتفاقيات مع البنوك في إطار بنك التأمين وذلك للأسباب التالية:

■ **سوق غير مستغلة:** عند تحليل سوق التأمين الجزائري نجد بعيد عن حال التشبع، حيث أن يتوفر على فرض نمو كبيرة لكنها غير مستغلة، ولو أن بعض قطاعات السوق مثل التأمين على السيارات والتأمين ضد الأخطار الصناعية يحظى بتغطية كبيرة على عكس قطاعات أخرى لا تزال شاغرة عمليا مثل التأمين على الحياة. وهذه الأوضاع تلفت انتباه شركات التأمين وبنوك التأمين الأجنبية للاستثمار في السوق الجزائرية. خاصة بعد إزالة القيود القانوني بعد صدور قانون 04-06 الذي فتح الباب لشركات التأمين الأجنبية لفتح فروع لها في الجزائر، وهم ما يسهم إسهاما كبيرا في تطوير بنك التأمين في الجزائر.

■ **هيمنة شركات التأمين العمومية:** يهيمن القطاع العام على سوق التأمين في الجزائر، ولا يوجد أي مجال للمنافسة بين شركات التأمين الموجودة نظرا لتشابه عروضها وأسعارها غير تنافسية ومتقاربة، ولهذا فإن إدخال منتجات جديدة

لشركات جديدة إلى سوق شاعرة غير مشبعة من شأنه أن يسمح بتطوير سوق بنك التأمين في الجزائر؛

■ **طبيعة سوق التأمين الجزائري:** حيث يعتبر سوق تأمين إجباري، فالمستهلك الجزائري لا يقوم بالتأمين إلا إذا اضطر للقيام به، إما بسبب قيد تنظيمي (مختلف تأمينات المسؤولية المدنية)، أو شرط من شروط مؤسسات الائتمان (التأمين على السيارات، التأمين ضد الأخطار المتعلقة بالسكن) . فيمكن القول أن السوق الجزائرية تتميز بالطابع الإلزامي. في تثبت تجارب الدول أن التأمين المصرفي هو أفضل وسيلة لتطوير التأمين على الأشخاص بما في ذلك التأمين على الحياة.

وبعد تحليل المقومات التي تتوفر لدى المصارف وشركات التأمين في الجزائر ونقاط الضعف بالنسبة للقطاعين، يمكن أن نصل إلى بعض الأبواب التي تؤدي إلى انفتاح أكبر للشراكة بنك/ مؤسسة تأمين للوصول إلى تكامل أكبر منها: (حسين، 2010، العدد 3، ص11)

- توسيع المنتجات القابلة للتوزيع عبر الشبكة البنكية إلى منتجات تأمينية أخرى مع تحديد مدة معالجة اكتتاب العقود وتسيير الحوادث؛
- تسهيل الإجراءات لمختلف مراحل العملية بالنسبة للطرفين، خاصة بالنسبة للعميل؛
- المتابعة والمراقبة المستمرة للعمليات التأمينية بالتعاون بين الشريكين، وإيجاد هيئة مسؤولة عن تسيير وتطوير هذا النموذج بالنسبة للبنك والمؤسسة التأمينية؛
- الاهتمام أكثر بتكوين العنصر البشري نظرا لخصوصية النشاط التأميني، وتحفيزه على الإقدام على هذا النوع الجديد من الأنشطة عن طريق الرفع من قيمة العمولات الممنوحة ووضع التطبيقات الآلية اللازمة للتسيير الأمثل للمعلومات، وتسهيل استغلالها من الطرفين.

خاتمة: شهدت الأنشطة المالية والمصرفية عدة مستجدات وتطورات، دفعت بالبنوك والمؤسسات المالية إلى استحداث خدمات جديدة لم تكن من صميم أنشطتها وخدماتها التقليدية، وقد سمح ذلك تطور ما يعرف بالصيرفة الشاملة ، وتلاشي الحدود التي كانت تفصل بين وظائف البنوك والمؤسسات المالية الأخرى على غرار شركات التأمين. وترتب عن هذا التحول في فلسفة العمل المصرفي اقتحام البنوك لنشاط التأمين المصرفي بدافع توسيع وتنويع مجالات نشاطاتها بهدف زيادة قدراتها التنافسية وجذب عملاء جدد، وكان من بين هذه الخدمات هو تقديم البنوك لخدمات تتكامل فيها جهود المصارف وشركات التأمين والتي تسمى بـ: "صيرفة التأمين".

والسوق الجزائرية وبالرغم من الإصلاحات الكبيرة التي شهدتها قطاع التأمين في الجزائر منذ 1995 والتي كان الهدف منها تفعيل دور قطاع التأمين في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد إلا أنها لم تصل إلى الهدف المنشود، وإن الشكل التكاملي للعلاقة بين البنوك وشركات التأمين مألوف وقيد التداول منذ عقود في الدول المتطورة، ولكن السوق الجزائري حديث العهد بالتأمين المصرفي الواسع النطاق، فسوقنا المحلي قد بدأ في الآونة الأخيرة الدخول إلى هذا الحقل، وبالرغم من الحظوظ الكبيرة للنمو والتطور بالنظر خاصة إلى وجود البيئة التشريعية والجبائية الملائمة، ضعف معدل انتشار شركات التأمين وكثافة الشبكات البنكية .

من خلال هذه الدراسة نجد أن سوق التأمين الجزائري يعاني من بعض المعوقات التي تقف أمام نجاح صيرفة التأمين والاستفادة من مزاياها على الاقتصاد الوطني، ولهذا يجب العمل على القضاء عليها من خلال تبني بعض الحلول أهمها: تبني إستراتيجية واضحة لدى مسؤولي البنوك وشركات التأمين فيما يخص نشاط صيرفة التأمين، نشر الثقافة التأمينية لدى المستهلك الجزائري، توسيع الأرضية القانونية فيما يتعلق بإمكانية توسيع قائمة المنتجات التأمينية القابلة للتوزيع عبر البنوك الجزائرية، فتح المجال أكثر لقنوات التوزيع أخرى تساعد في تطوير قطاع التأمين في الجزائر مثل:

إدراج التوزيع الإلكتروني للخدمة التأمينية، وتعزيز المنافسة وخاصة الأجنبية والتي من شأنها إثراء الساحة المالية الجزائرية بمنتجات وأساليب إدارية حديثة ومتطورة.

5. قائمة المراجع:

1. أسامة عزمي سلام ، شقيري نوري موسى، إدارة الخطر والتأمين، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007؛
2. جورج ريجدا، ترجمة محمد توفيق البلقيني، ابراهيم محمد المهدي، مبادئ الخطر والتأمين، دار المريخ للنشر، الرياض، السعودية، 2006،
3. حسين حساني، التحالفات الإستراتيجية بين البنوك ومؤسسات التأمين الجزائرية أي نموذج للشراكة؟، وما هو دورها في تحقيق الأداء؟ مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد3، 2010؛
4. عادل زقير، دور صيرفة التأمين في تطوير وانعاش سوق التأمينات- حالة الجزائر، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد 10، الجزء 1، 2017، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي.
5. بريس عبد القادر، أفاق تقديم البنوك الجزائرية لمنتجات تأمينية، ورقة بحثية في المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول: "إصلاح النظام المصرفي الجزائري"، جامعة ورقلة، 11 . 12 مارس 2008؛
6. حمول طارق، أحمد بوشناق، دور صيرفة التأمين في خلق وتطوير الجودة الشاملة لقطاع التأمين، الاشارة لحالة الجزائر، ورقة عمل مؤتمر، 2011، من الموقع الإلكتروني: www.scripd.com

7. نبيل القبلي، نقماري سفيان، التأمين المصرفي في الجزائر بين النظرية والواقع، ورقة بحثية في الملتقى الدولي السابع حول: " الصناعة التأمينية، الواقع العملي وأفاق التطوير، تجارب الدول"، جامعة حسيبية بن بوعلي، شلف، أيام 04 . 04 ديسمبر 2012؛

8. Alan MEACH , Bancassurance in pratice, Munich reGroup, 2001

9. 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

10. 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,

11. Jamel Eddine CHICHTI, la bancassurance, banques et assurances : concurrence ou complémentarité, séminaire, IFID , octobre 2002, Tunis

12. الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، من الموقع الإلكتروني: www.joradp.dz

13. المرسوم التنفيذي رقم 07/153 المؤرخ في 2007/05/22، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 35، الصادرة في 2007/05/23؛

14. المواقع الإلكترونية التالية: www.Cnepanue.dz ، www.elmodjahid.com ،

www.bdl.dz ، <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/160106.html>