الجمهوريه الجزائريه الديمقراطيه الشعبيه
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية والتجارية

الميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية
فرع: علوم اقتصادية
التخصص: إقتصاد نقدي وبنكي

المرجع : ...../2020

مذكرة بعنوان:

التحالفات الإستراتيجية بين البنوك ومؤسسات التأمين ودورها في نمو خدمات التأمين البنكي دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية
تخصص " إقتصاد نقدي وبنكي "

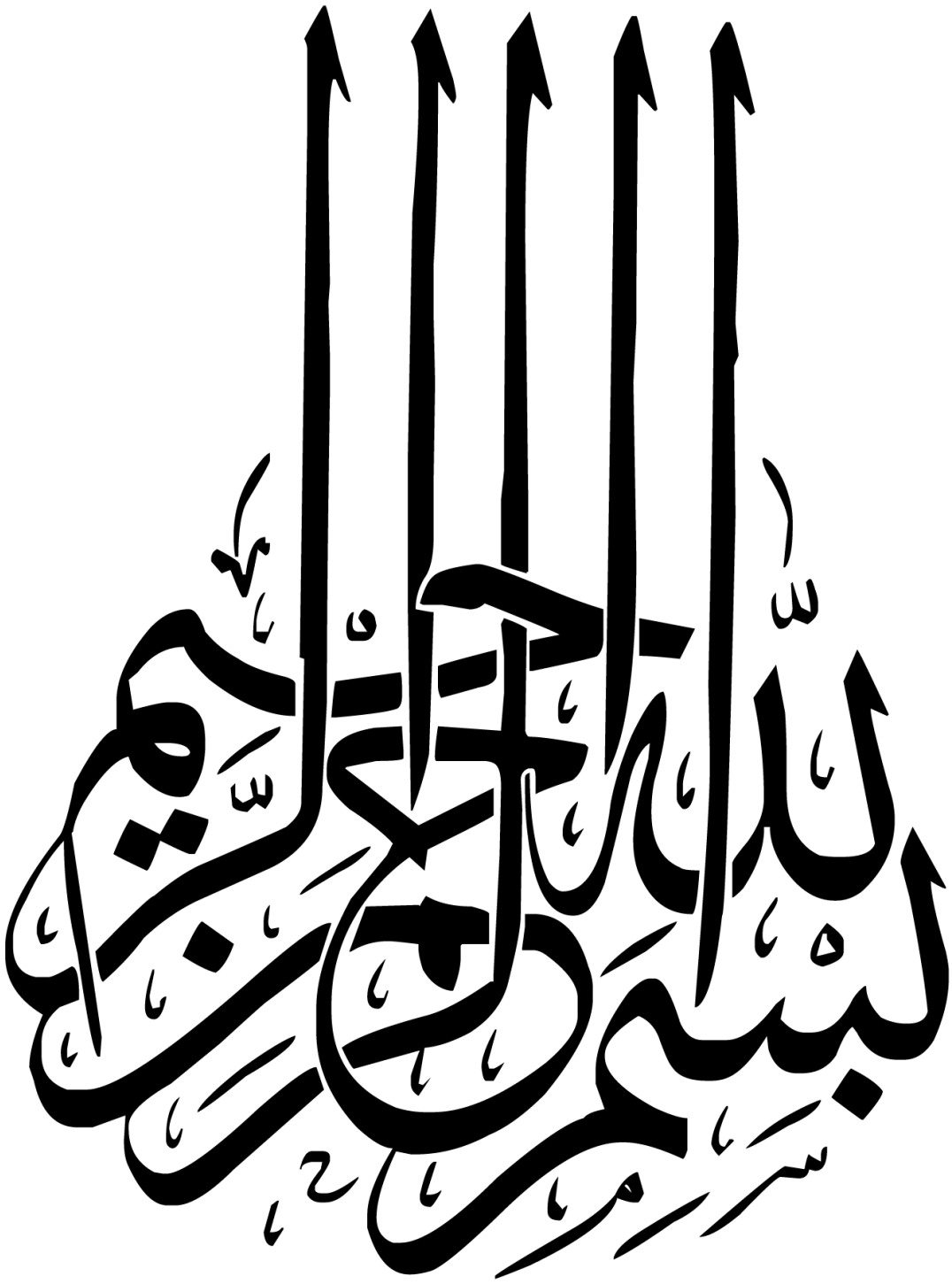
إعـــــداد الطالبة:
- سميرة بلطرش

إشراف:
أ. فرحات هولي

لجنة المناقشة

اسم ولقب الأستاذ	الجامعة	الصفة
آمال علي موسى	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	رئيسا
فرحات هولي	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	مشرفا ومقررا
أسامة سنوسي	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	مناقشا

السنة الجامعية 2020/2019


بسم الله الرحمن الرحيم

إهداء

الصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم خاتم الأنبياء والمرسلين الحمد لله الذي أعانني على إتمام هذا العمل المتواضع.

الذي أهديه الى جنتي وسر حياتي أغلى جوهرة في الوجود التي تعطر سمائي بإبتسامتها الى الينبوع الذي يفيض حنانا ورحمة الى من أرضعتني الصبر والآمال وعينها من أجلي لا تغفو طوال الليالي "أمي الحبيبة"

الى المنبع الفياض الذي خط لي طريق الأمل الى أعلى المراتب ،الى الذي من البرد حماني وظله من الشمس غطاني الى "أبي العزيز"

الى من يحملون في قلوبهم ذكريات طفولتي وشبابي، الى من كانو ملاذي وملجئي "أخي وأختي"

الى ابنة أختي "بيلسان"

والى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل ولو بكلمة طيبة.

تشكرات

الشكر والحمد لله الرحيم الغفار ، الكريم القهار ، عالم الجهر والأسرار الذي أعاننا وقدرنا على إنجاز هذا العمل ، وأصلي وأسلم على محرر العقول ومعلم الخير، سيدنا محمد صلوات ربي وسلامه عليه.

واقتداء برسول الله الذي حثنا على الشكر فقال: "الشكر قيد النعمة وسبب دوامها ومفتاح المزيد عنها".

فأخص بالشكر الجزيل وعظيم التقدير الى الأستاذ الفاضل الدكتور هولي فرحات لتفضله بالإشراف على هذه المذكرة ونصائحه وتوجيهاته

وعلى ما تكرم علي سعة صدر ونصح وإرشاد.

شكرا لك أستاذي المحترم

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر لأعضاء اللجنة المناقشة على ما سيقدمونه من التوجيهات والتصويبات.

كما أتقدم بالشكر الجزيل الى كل من علمني حرفا، فصرت على ما أنا عليه وكل معلمي في مسيرتي الدراسية.

ونشكر كل من بث في نفسي حافزا للصبر والمثابرة عن قريب او بعيد بدعاء ، او بكلمة طيبة راجية من المولى عز وجل ان يجازيهم أفضل جزاء.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الموضوعات	الصفحة
الشكر	
إهداء	
فهرس المحتويات	I-III
فهرس الأشكال والجداول	IV
مقدمة	أ- خ
الفصل الأول: الإطار النظري للتأمين والتحالفات الإستراتيجية	1-26
تمهيد	2
المبحث الأول: خدمة التأمين والمؤسسات التأمينية	3-10
المطلب الأول: مفهوم خدمة التأمين	3-5
المطلب الثاني: مبادئ وأنواع الخدمة التأمينية	5- 8
المطلب الثالث: شركات التأمين وأشكالها	8- 10
المبحث الثاني: التأمين البنكي ،بنك التأمين	11- 17
المطلب الأول: ماهية التأمين البنكي، التعريف، النشأة	11- 12
المطلب الثاني: متطلبات نجاح التأمين البنكي	13- 15
المطلب الثالث: دور صيرفة التأمين	15- 17
المبحث الثالث: التحالفات الإستراتيجية في مجال خدمة التأمين	18- 25
المطلب الأول: تعريف التحالفات الاستراتيجية في قطاع التأمين البنكي	18- 19
المطلب الثاني: نماذج وأشكال التحالفات بين البنك ومؤسسات التأمين	20- 22
المطلب الثالث: تجارب دولية في التأمين المصرفي	22- 25
خلاصة الفصل	26
الفصل الثاني: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة	27- 57
تمهيد	27
المبحث الأول: واقع التأمين المصرفي في الجزائر	28- 38
المطلب الأول: التأمين المصرفي في الجزائر	29- 34
المطلب الثاني: الإطار القانوني للتأمين المصرفي في الجزائر	34- 35
المطلب الثالث: أهم الاتفاقيات بين البنوك ومؤسسات التأمين	35- 38

المبحث الثاني: التأمين المصرفي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية	39- 57
المطلب الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية	39- 45
المطلب الثاني: منتجات التأمين المقدمة من طرف البنك وتحالفاته الإستراتيجية	45- 50
المطلب الثالث: تطور خدمات التأمين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية	50- 56
خلاصة الفصل	57
الخاتمة	58- 61
قائمة المراجع	62- 64

قائمة الأشكال والجداول

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
2-1	العمولة المستحقة لموزع الخدمة (البنك أو المؤسسة المالية)	33
2-2	وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية ميلة	41
2-3	أهم أنواع التأمين على الأنشطة الفلاحية	46
2-4	تطور عدد عقود التأمين بالبنك	50
2-5	تطور مبالغ التأمين بالبنك	51
2-6	تطور عدد عقود التأمين الخاص بشركة SAA	52
2-7	تطور مبالغ التأمين الخاص بشركة SAA الوحدة مليون دج	53
2-8	تطور عدد عقود التأمين الخاص بشركة أمانة	54
2-9	تطور مبالغ التأمين الخاص بشركة أمانة الوحدة مليون دج	55

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
2-1	الهيكل التنظيمي للوكالة	42
2-2	تطور عقود التأمين بالبنك	51
2-3	تطور مبالغ عقود التأمين بالبنك	52
2-4	تطور عدد عقود تأمين شركة SAA بالبنك	53
2-5	تطور مبالغ عقود التأمين الخاص بشركة SAA الوحدة مليون دج	54
2-6	تطور عدد عقود تأمين شركة أمانة بالبنك	55
2-7	تطور مبالغ التأمين الخاص بشركة أمانة الوحدة مليون دج	56

مقدمة

مقدمة

تطور التأمين وانتشر في السنوات الأخيرة بشكل كبير حتى أصبح من القطاعات الأكثر تواجدا، ومن أهم الركائز الأساسية التي تدعم الوضع الاقتصادي لأي دولة، فالشركات والهيئات المختلفة تجد في التأمين الدرع الواقي والوسيلة الفعالة لحماية ممتلكاتها ورؤوس أموالها ضد المخاطر المتوقعة وضمان استمراريتها، والأهم من ذلك فإن التأمين يعمل على تعبئة المدخرات واستخدامها في تمويل الاستثمارات المنتجة والتي تعتبر ركيزة التقدم والازدهار الاقتصادي.

ويتمثل النشاط التأميني في قيام شركات التأمين بجذب وجمع الأقساط من المشتركين، وأمام هذا الكم الهائل من الأموال تجد شركات التأمين أن من واجبها أن تستثمر هذه الأموال، وتتوجه في هذه الحالة الى البنوك باعتبارها قناة آمنة وذات خبرة في الاستثمار، كما أن ضخامة الأموال المودعة من قبل شركات التأمين لدى البنوك يفرض عليها توفير الكثير من الامتيازات لشركات التأمين.

كما عرفت المعاملات المالية والمصرفية عدة مستجدات وتطورات متسارعة، حتمت على المصارف وشركات التأمين التكامل والاشتراك في تقديم بعض المنتجات والخدمات التأمينية، أي اشتراك هذين القطاعين في صناعة خدمة لم تكن موجودة من قبل ضمن الخدمات التقليدية، ألا وهي صيرفة التأمين أو خدمة التأمين المصرفي.

والجزائر كغيرها من الدول، شهد قطاع الخدمات التأمينية فيها تطورا بارزا تبعا للمراحل التي مر بها الاقتصاد مند الاستقلال مما اجبرها على القيام بعدة اصلاحات سمحت بإعادة تنظيم قطاع الخدمات التأمينية وتعديله الذي أعطى أفاقا جديدة لعملية المنافسة التأمينية وتحسين الخدمات المقدمة من طرف هذه المؤسسات التي حاولت التأقلم مع التحولات التي شاهدها العالم اليوم وهذا من خلال اتباعها لمجموعة من الإجراءات والتوجيهات الحديثة في مجال الخدمات التأمينية، كربطه بقطاع البنوك عن طريق التأمين البنكي الذي يعتبر من أحدث التقنيات في مجال إدارة التأمين في الجزائر، حيث قامت البنوك في تنفيذ استراتيجيات جديدة لتتكيف مع هذا الوضع، عن طريق ممارسة أنشطة أخرى بهدف التقليل من الخسائر وإيجاد مصادر جديدة للعائد، والبقاء في السوق وقد وجدت في توزيع منتجات التأمين عبر شبابيكها إحدى هذه الاستراتيجيات، فأصبحت البنوك الجزائرية اليوم تقدم نوعين من المنتوجات المالية في آن واحد فهي تقدم المنتوجات البنكية من جهة وتقديم خدمات تأمينية من جهة أخرى . ويعتبر انطلاقة جيدة وفرصة حقيقية لتوزيع ونمو الخدمات التأمينية عبر المصارف من خلال ابرام عقود الشراكة والتحالف الاستراتيجي بين قطاع المصرف وشركات التأمين

بهدف تحسين وتطوير الخدمات المالية المقدمة من قبل المصارف وبالتالي توسيع نشاطها وتقوية مركزها المالي.

إشكالية البحث

وانطلاقا من ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

– إلى أي مدى تساهم التحالفات الاستراتيجية بين البنك ومؤسسات التأمين في دعم ونمو منتجات التأمين؟

وللإحاطة بجوانب الموضوع نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

– ماهي عوامل نجاح التأمين المصرفي في الجزائر؟

– ماهي دوافع التحالف بين المؤسسات البنكية ومؤسسات التأمين؟

– ما هو واقع التأمين المصرفي في البنوك الجزائرية عامة ووكالة BADR ميلة؟

– ماهي علاقة BADR بالشركات التأمين وما مدى فعالية التأمين البنكي في BADR بميلة؟

فرضيات البحث

لمعالجة الإشكالية وتسهيل الإجابة على الأسئلة المطروحة تم وضع الفرضيات التالية:

– التحالف الاستراتيجي بين شركات التأمين والمصارف يمثل رؤية جديدة لتوزيع ونمو المنتجات التأمينية؛

– خدمة التأمين خدمة حديثة تواجهها العديد من الصعوبات في عملية التوزيع؛

– نجاح التأمين المصرفي توقف على قدرة المصارف الجزائرية على خلق قنوات توزيع فعالة؛

– يقدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية تشكيلة متنوعة من المنتجات التأمينية.

أسباب اختيار الموضوع:

يمكن حصر ابرز أسباب اختيار الموضوع فيما يلي:

– يعد التأمين المصرفي من المواضيع التي لم تنل نصيبها الكامل من الدراسة والبحث؛

– يندرج هذا الموضوع في مجال تخصصي؛

– أهمية هذا الموضوع في ظل التحولات التي يشهدها القطاع البنكي في الجزائر.

أهمية البحث:

– تؤدي البنوك دورا كبيرا في تمويل الاقتصاد وتعثرها او افلاسها قد يؤدي الى زعزعة الاستقرار الاقتصادي للدولة

– يعد التأمين المصرفي أحد اهم الخدمات الجديدة التي تقدمها البنوك الجزائرية والتي من شأنها تحقيق مداخيل إضافية للبنوك.

أهداف البحث:

نهدف من خلال هذا البحث الى إلقاء الضوء على صناعة لم تدرجها البنوك ضمن نشاطاتها التقليدية، وهي التأمين المصرفي، او تقديم خدمات التأمين عن طريق البنوك ونحن نسعى من خلال هذا البحث الى:

– إظهار مدى مساهمة التحالفات بين البنوك ومؤسسات التأمين في نمو المنتجات التأمينية.
– التعريف بصيرفة التأمين وإبراز متطلبات نجاح التأمين المصرفي في الجزائر
– تسليط الضوء على واقع التحالفات الاستراتيجية بين البنوك وشركات التأمين في الجزائروفي وكالة بدر
– توضيح الإطار القانوني والتنظيمي المسير لتوزيع المنتجات التأمينية في الجزائر

المنهج المستخدم:

تم الاعتماد في انجاز هذه الدراسة على المنهج الوصفي في الجانب النظري من أجل الإحاطة بكل ما يتعلق بالمفاهيم الخاصة بالتأمين والتأمين المصرفي، والمنهج التحليلي في الجانب التطبيقي من أجل تحليل الوثائق والمعلومات المتحصل عليها في الدراسة الميدانية بغية معرفة العلاقة بين التحالفات الإستراتيجية والنمو منتجات التأمين.

صعوبات البحث:

تتمثل اهم الصعوبات التي واجهتنا في انجاز هذا العمل:

– قلة المراجع المتخصصة في التأمين المصرفي وإن وجدت فهي معلومات موجزة
– الصعوبات في الفصل التطبيقي تمثلت أساسا في نذره الإحصائيات التي خصت التأمين المصرفي، وكون المصارف الجزائرية تتحفظ كثيرا في منحها.

الدراسات السابقة:

– دراسة بلقاضي صليحة بعنوان les enjeux de la banque assurance et les prospective de son development en algerie مشكلة الدراسة المؤسسات المالية يجب ان تكون في مستوى تطلعات زبائنها لهذا فهي تبحث على منتجات جديدة تمكنها من جلب زبائن جدد لزيادة ربحتها وتقليص المصارف العامة ويعتبر التأمين البنكي احد المنتجات الجديدة التي يجب الاعتماد عليها من طرف البنوك الجزائرية ولقد حاولت الباحثة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي ما هو واقع التأمين المصرفي في الجزائر، وهل الظروف العامة مساعدة على تطور هذا النوع من الأنشطة، وقد توصلت الى مجموعة من النتائج أهمها:

– تقديم خدمة التأمين أصبح واقعا في الجزائر وأصبحت الكثير من البنوك تقدم هاته الخدمة .

– خدمة التأمين المصرفي محدودة جدا لدى البنوك الجزائرية وخاصة التأمين على الأشخاص وذلك لغياب ثقافة التأمين لدى المجتمع الجزائري.

– لدى البنوك قاعدة بيانات كاملة خاصة بزبائنها يجب الاعتماد عليها لجلبهم نحو منتجات بنك التأمين.

– العلاقة بين البنك وزبونه قد تكون مهددة ان لم يتم دراسة الزبون جيدا للمنتوج التأميني الذي يلائمه.

– **دراسة عبد القادر بريش، محمد حمو، أفاق تقديم البنوك لجزائرية لمنتجات التأمين، الملتقى الدولي الثاني حول "إصلاح النظام المصرفي الجزائري"، جامعة ورقلة، 2005،** والذي تناول الإشكالية التالية: ما هي آفاق تقديم البنوك الجزائرية في تقديم المنتجات التأمينية، أهم النتائج التي توصل اليها:

– تطوير مهنة تقديم الخدمات التأمينية في الجزائر.

–عدم مواكبة المصارف الجزائرية للمستجدات المالية والمصرفية والتحول نحو تبني فلسفة الصيرفة الشاملة.

– مازالت الأرضية القانونية غير واضحة فيما يتعلق بإمكانية توسع وتطوير نشاط الصيرفة التأمينية في البنوك الجزائرية.

ويستنتج في الأخير الى انعدام استراتيجية واضحة لدى مسؤولي البنوك وشركات التأمين لتبني استراتيجية صيرفة التأمين في الجزائر.

– **دراسة هدى برقاوي، "التأمين المصرفي في تسويق المنتجات التأمينية"، المدرسة العليا لعلوم التسيير، تخصص: مالية، تونس، 2007،** لم يتم طرح إشكالية، وتسعى من خلال هذه الدراسة الى ابراز المنتجات التأمينية المسوقة من قبل المصرف والإطار القانوني للتأمين المصرفي في تونس، أهم النتائج المتوصل اليها:

– تسهيل عملية تسويق منتجات التأمين من خلال قنوات التوزيع للمصرف

– التوجه الى عهد جديد لبيع منتجات التأمين

– سجل تطورا كبديل للمنتجات المقدمة للعملاء، ولقد تم اعتمادها من قبل المشرع التونسي بهدف اثراء وتطوير القطاع التأميني التونسي.

ومن خلال هذه الدراسة توضح قلة المعرفة بمجال التأمين لا يساعد المصارف في توزيع منتجات التأمين.

تقسيمات الدراسة

في هذا الإطار قمنا بتقسيم البحث الى فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي. ففي الفصل الأول تطرقنا الى الإطار النظري للدراسة، والذي يتضمن ثلاث مباحث، حيث تم تخصيص الأول لمفاهيم ومبادئ وأنواع الخدمات التأمينية والشركات التأمينية واشكالها، والمبحث الثاني الذي يتضمن التأمين البنكي ومتطلبات نجاحه ودور صيرفة التأمين، والمبحث الثالث تضمن التحالفات الاستراتيجية في مجال خدمة التأمين.

أما الفصل الثاني فخصص للدراسة التطبيقية والتي تمت ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة، حيث تم تقسيمه الى مبحثين تناولنا في المبحث الأول واقع التأمين المصرفي في الجزائر ويضمن ثلاث مطالب، المطلب الأول يشمل التأمين المصرفي في الجزائر، والمطلب الثاني حول الإطار القانوني للتأمين المصرفي في الجزائر، والمطلب الأخير يشمل أهم الاتفاقيات بين البنوك ومؤسسات التأمين ، اما المبحث الثاني فيتضمن ثلاث مطالب ، المطلب الأول تناولنا فيه تعريف عام للبنك ثم التعريف بوكالة ميلة واستعراض الهيكل التنظيمي لها وتحليل أهم وظائفها مع ذكر أهداف ومحور أنشطة الوكالة، اما المطلب الثاني والثالث فتم تخصيصهما لدراسة أهم التحالفات الاستراتيجية التي أقامها البنك مع مؤسسات التأمين، وأثر ذلك على نمو منتجاته التأمينية.

الفصل الأول: الإطار النظري للتأمين والتأمين المصرفي

تمهيد

إن متطلبات الحياة الإقتصادية والتطور الصناعي أدى الى ظهور مؤسسات مالية متعددة من أهمها البنوك وشركات التأمين، حيث تعتبر البنوك أساس التقدم الاقتصادي وتلعب دورا أساسيا من خلال وظائفها المتعددة، في حين يعتبر التأمين من المؤسسات الهامة بحيث يخفف من المخاطر كما تعتبر مصدر هام لرؤوس الأموال وبالتالي وسيلة من وسائل الإدخار والإستثمار وهذا ما يحقق الرفاهية والتنمية الإقتصادية.

لقد بدأ التعاون بين قطاعي المصارف والتأمين في المانيا مند أكثر من مائة سنة ولقد إنتشر في أوروبا وبلغ العالم العربي وشكل نمطا جديدا في سوق التأمين والأسواق المالية في العالم. وهذا التعاون إنعكس بإرتفاع عدد الإتفاقيات بين المصارف وشركات التأمين والتي تهدف الى إستخدام الشبكات المصرفية لبيع المنتجات التأمينية أو ما يسمى بصيرفة التأمين، كما ساهم في تطوير الأسواق المالية وإنماء الوعي العام لمنافع التأمين ونمو الخدمات التأمينية.

وإنطلاقا مما سبق فقد تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

- **المبحث الأول: خدمة التأمين والمؤسسات التأمينية؛**
- **المبحث الثاني: التأمين البنكي، بنك التأمين؛**
- **المبحث الثالث: التحالفات الاستراتيجية في مجال خدمة التأمين.**

المبحث الأول: خدمة التأمين والمؤسسات التأمينية

يعيش الإنسان في قلق دائم بسبب الأخطار الكثيرة التي يتعرض لها، والتي يترتب عليها بجانب الأضرار المعنوية خسائر مالية، فقد حاول أن يتفاداها ويمنع وقوعها بإستحداث وسائل مختلفة، ولكن رغم تقدم الوسائل التي كان يستعملها إلا أن هذه الأخطار ظلت تلاحقه مما أجبر للجوء الى وسيلة أكثر فعالية وهي التأمين، والذي يعتبره العديد وسيلة من وسائل مكافحة الأخطار والحد منها.

المطلب الأول: مفهوم خدمة التأمين

لقد لجأ الإنسان الى عدة وسائل لتغطية الأخطار الناتجة عن المخاطر التي يمكن أن تصيبه في حياته ومن ضمنها الإدخار، ولكن بمرور الزمن تبين أن هذه الوسائل غير كافية لمواجهة الخسائر التي يمكن أن يتعرض لها، فظهرت فكرة جديدة تقوم على أساس تضامن الجماعة وهدفها الأساسي التعاون على تغطية الضرر التي قد يصيب أحد أفراد الجماعة، فتضمن له الأمن والأمان، ومن هنا إشتقت كلمة التأمين.

أولا: تعريف الخدمة التأمينية

فيما يلي سنتطرق لتعريف التأمين والخدمة ومن ثم عرض تعريف خاص بالخدمة التأمينية:

1. **التعريف الأول:** التأمين هو فكرة تعاونية أساسها أن مجموعة من الناس قد يتعرض بعض أفرادها لخسارة فيتعاون جميع المشتركين في تحمل الخسارة التي قد تقع لهذا البعض. (زاوش فاطمة، 2015/2014، ص 34)

2. **التعريف الثاني:** عرفه المشرع وفق المادة 619 من القانون المدني الجزائري بأنه " عقد يلتزم بمقتضاه أن يؤدي الى المؤمن له أو الى المستفيد الذي إشترط التأمين لصالحه مبلغا من المال أو إيرادا أو أي عرض مالي آخر في حالة وقوع الحادث أو تحقق الخطر المبين بالعقد وذلك مقابل قسط أو أية دفعة مالية أخرى يؤديها المؤمن له للمؤمن". (بورغدة فاتح، 2020/2019، ص12)

3. **التعريف الثالث:** تعريف التأمين من الناحية الإقتصادية بأنه:" أداة لتقليل الخطر الذي يواجه الفرد عن طريق تجميع عدد كافي من الوحدات المتعرضة لنفس الخطر، كالسيارة والمنزل والمستودع...الخ، لجعل الخسارة التي يتعرض لها كل الفرد قابلة للتوقع بصفة جماعية، ومن ثم يمكن لكل صاحب وحدة الإشتراك بنصيب منسوب الى ذلك الخطر. (بورغدة فاتح، 2020/2019، ص12)

4. **التعريف الرابع:** التأمين هو عملية بواسطتها يلتزم طرف وهو المؤمن بتقديم خدمة لطرف أخر وهو المؤمن له في حالة حدوث الخطر، وذلك بمقابل سعر يسمى قسط التأمين. (قنان براهيم، 2017/2016، ص7)

من خلال التعاريف السابقة نستخرج المصطلحات التالية:

أ. المؤمن له: هو الشخص الذي يحمي نفسه من المخاطر المستقبلية سواء تعلق الأمر بجسده أو بممتلكاته ويسمى أيضا مكتب التأمين.

ب. قسط التأمين: هو سعر الخدمة المقدمة من طرف شركة التأمين ويسمى بعلاوة التأمين أو مبلغ الإشتراك.

ت. المؤمن: أو شركة التأمين وهي الطرف الذي يلتزم بموجب عقد أن يقدم خدمات (تعويضات) في حالة حدوث الخطر

ث. التعويض: هو التعويض عن الخسائر لصالح المؤمن له أو الشخص المستفيد في حالة حدوث الخطر.

ج. الخطر: هو إحتمال وقوع حادثة تسبب خسائر للمؤمن، يمكن الكلام عن خطر صناعي، خطر الحريق، خطر الموت، خطر المرض...الخ. (قنان إبراهيم، 2017/2016، ص7)

ثانيا: المنتج التأميني

يمكن تعريف المنتج التأميني بأنه عبارة عن مجموعة المنافع الملموسة وغير الملموسة المرتقبة التي تحتويها وثيقة التأمين، والتي تؤدي الى إشباع إحتياجات ورغبات المؤمن لهم، وكذا الخدمات المرتبطة بها. بصفة عامة تقدم المؤسسات منتجات يمكن تمييزها عن غيرها بكونها منتجات ملموسة بينما تقدم شركات التأمين خدمة تأمينية غير ملموسة لا يمكن حمايتها عن طريق براءة إختراع. (اسامة سنوسي، 2011/2010، ص52)

المنتج التأميني هو الخدمات التي تقدمها شركات التأمين لحمل الوثيقة التأمينية وما تمثله تلك الوثيقة من منفعة متمثلة بالحماية والأمان والإستقرار الذي تمنحه وثيقة التأمين لحملها في تعويضه عن الخسارة المتحققة عند وقوع الخطر المؤمن ضدهم وبالتالي فيمكن القول أن المنتج التأميني ما هو إلا المنفعة أو مجموعة المنافع التي يمكن أن يحصل عليها حامل وثيقة التأمين جراء إقتنائه لها، وتؤدي الى إشباع حاجاته ورغباته.

وبالتالي يمكن تعريف الخدمة التأمينية على أنها:

1. **التعريف الأول:** " نشاط يؤديه طرف ما الى طرف آخر، ويمكن إدراك الخدمات فقط عند تنفيذها أو إستخدامها أو إستهلاكها". فهي مزج العناصر التي تتميز بعدم ملموسيتها، فهي تهتم بتقديم العناصر والخدمات التي تسمح للزبون بإشباع حاجياته في الميدان. (سمية كزاد، 2014/2013، ص30)

2. **التعريف الثاني:** "عملية إنتاج منفعة غير ملموسة بالدرجة الأساس أو كعنصر جوهري من منتج ملموس".

3. **التعريف الثالث:**" عبارة عن تلك المنافع المادية (إصلاح الضرر) أو المعنوية (الحصول على الأمن وزوال الخوف) المرتقبة أو الآجلة نتيجة وعد شركة التأمين بالتعويض في حال وقوع الضرر أو الخطر المتفق عليه حسب ما تحتويه وثيقة التأمين". (قرواتي مريم، 2015/2014، ص09)

4. **التعريف الرابع:**" عبارة عن منتوج تسوقه وتنتجه شركة التأمين (المورد) بهدف تلبية إحتياجات العميل ورغباته التأمينية ضد المخاطر المحتملة الوقوع في المستقبل". (قرواتي مريم 2015/2014، ص 10)

ومنه نستخلص أن الخدمة هي العنصر الأساسي لتسويق التأمينات حيث تعطي صورة للعرض الذي هو محل إهتماما كبيرا من طرف الزبون حيث يستطيع هذا الأخير من إشباع حاجياته.

ومن خلال التعاريف السابقة نستخلص أن الخدمة التأمينية هي ذلك المنتج (الوعد بالتعويض في حال تحقق الخطر) الذي تقدمه منظمات التأمين (المؤمن) للمؤمنين لهم(العملاء) والتي تؤدي لإشباع حاجاته ورغباته المتمثلة في تغطية خسائر الأخطار المحتملة وقوعها مستقبلا.

المطلب الثاني: مبادئ وأنواع الخدمة التأمينية

أولا: مبادئ الخدمة التأمينية

1. **مبدأ منتهى حسن النية:** يقضي هذا المبدأ بأنه يجب على المؤمن له أن يدلي الى المؤمن بجميع الحقائق، أو الأمور الجوهرية المتعلقة بالخطر المؤمن عليه من ناحية، كذلك يجب على المؤمن أن يطلع المؤمن له بجميع البيانات والمعلومات الصحيحة، المتعلقة بشروط العقد من ناحية أخرى، ويجب إستمرار مبدأ منتهى حسن النية أيضا بعد صدور عقد التأمين وأثناء سريانه، إذ يجب على المؤمن له إبلاغ المؤمن أولا بجميع البيانات والمعلومات التي تطرأ على وحدات الخطر أثناء مدة التأمين.

2. **مبدأ المصلحة التأمينية :** يشترط في هذا المبدأ أن تتوفر المصلحة التأمينية للمؤمن له في الشيء أو الشخص المراد التأمين عليه، وذلك لإستبعاد عنصر المغامرة من عملية التأمين، فإذا كان لكل إنسان الحق في التأمين على حياة أي شخص أخر ليس له فيه مصلحة تأمينية، فإنه بذلك يصبح مغامرة، فضلا على أنه يدفع الناس الى إرتكاب الجرائم عمدا، ولتطبيق هذا المبدأ لابد من وجود شيء مادي قابل للتضرر، قد يكون محلا للتأمين، كما يجب أن يكون المؤمن له علاقة مادية بهذا المحل ومعترف بها قانونيا، بحيث ينتفع ببقائه ويضرر بهلاكه.

3. **مبدأ السبب القريب :** ويقصد به أن تقوم هيئة التأمين بالوفاء بإلتزامها المحددة في عقد التأمين، سواء إتخد هذا الإلزام صورة تعويض الخسارة أو دفع مبلغ معين، إذا كان الخطر المؤمن منه هو السبب القريب للخسارة، الذي يعرف بأنه السبب الفعال الذي يكون قادرا على بدء سلسلة من الحوادث، تؤدي في نهايتها الى وقوع الخسارة، دون تدخل من أي قوة خارجية مستقلة أخرى، وهذا المبدأ يثير الكثير من الخلافات بين المؤمن والمؤمن له، حيث يمكن أن تعمل عدة مسببات مجتمعة على وقوع الخسارة موضوع التأمين، وعند نثور الخلافات حول تقدير أي منها هو السبب القريب.

4. **مبدأ التعويض:** يقوم هذا المبدأ على أساس أنه لا يجوز إطلاقا أن يزيد التعويض الذي يدفعه المؤمن للمؤمن له أو المستفيد عن قيمة الخسارة الفعلية، ولا يتعدى بأي حال من الأحوال حدود مبلغ التأمين، أو قيمة الشيء موضوع التأمين، ويطبق هذا المبدأ في كافة أنواع عقود التأمين، بخلاف عقد تأمين الحياة، لأنه لا يمكن تقدير قيمة حياة الشخص بمبلغ نقدي، لذلك فإن الشركة في هذه الحالة تدفع المبلغ المتفق عليه.

5. **مبدأ المشاركة :** يسري هذا المبدأ على تأمينات الممتلكات والمسؤولية المدنية (تأمينات الخسائر)، ولا يسري على التأمينات النقدية، والغرض الأساسي منه أيضا ألا يكون التأمين وسيلة للإثراء غير المشروع، ويقضي هذا المبدأ بأنه إذا تحقق الخطر المؤمن منه في وقت يكون فيه المؤمن له مؤمنا على نفس الشيء موضوع التأمين، وعلى نفس الخطر بوثائق تأمين سارية المفعول لدى اكثر من مؤمن، فإن مجموعة المؤمنين تشترك جميعها في تحمل الخسارة، نتيجة تحقيق الخطر المؤمن منه، كل بنسبة مبلغ التأمين لديه الى مجموع مبالغ التأمين جميعها، أي أن نصيب كل شركة تأمين في الخسارة يتحدد بالعلاقة التالية:

نصيب الشركة في التعويض =الخسارة الفعلية × (مبلغ التأمين لديها /مجموع مبالغ التأمين لدى الشركات مجتمعة)

6. **مبدأ الحلول في الحقوق:** يطبق هذا المبدأ في عقود الـــتأمين التي لها الصفة التعويضية، على عكس تأمينات الأشخاص، وفيه يحق للمؤمن (شركة التأمين) أن يحل مكان المؤمن له في مطالبة الغير بالتعويض عن الضرر، ويحتفظ لنفسه من هذا التعويض بما يوازي القيمة التي سددها للمؤمن له بمقتضى عقد التأمين. (أسامة سنوسي، 2011/2010، ص 78 79)

ثانيا: أنواع الخدمات التأمينية

يهدف التصنيف هنا الى بحث التأمين من الناحيتين القانونية والفنية، وهناك أكثر من عنصر يتخذ كأساس لإجراء هذا التصنيف من أهمها:

1. **التقسيم تبعا لكيفية التعاقد:** طبقا لكيفية التعاقد يقسم التأمين الى نوعيين أساسيين:

أ- التأمين الإختياري (الخاص): ويشمل التأمينات التي يتعاقد عليها الفرد أو المنشأة بمحض إختيارهم، وذلك للحاجة الملحة لمثل هذه التغطية التأمينية، أي أنه لابد أن تتوافر هنا حرية الاختيار في التعاقد بين شركة التأمين وبين الفرد أو المنشأة، ويتضمن هذا النوع من التأمينات كافة أنواع التأمين التي يتوافر لها الأساس السابق، مثل تأمين أخطار السرقة، الحريق للمنازل، تأمين أخطار سرقة وحريق السيارات وتأمين الاخطار البحرية، ويطلق على مثل هذا النوع من التأمين، التأمين الإختياري أو التجاري أو الخاص.

ب- التأمين الإجباري: يشمل التأمينات التي تلزم الدولة بتوفيرها للأفراد أو المنشآت أو يلزمهم بالتعاقد عليها وذلك بهدف اجتماعي أو لمصلحة طبقة ضعيفة في المجتمع، أي أن عنصر الإجبار أو الإلزام من الدولة هو أساس التعاقد هنا، ويشمل هذا النوع من التأمين كافة فروع التأمينات الاجتماعية (العجز، الوفاة، التعاقد، إصابات العمل،...الخ)، وبعض فروع التأمينات الخاصة الإجبارية كتأمين المسؤولية من حوادث السيارات. (أسامة سنوسي، 2011/2010، ص80)

2- **التقسيم تبعا لطريقة إجراء التأمين أو النظام الإداري للتأمين:** هناك ثلاثة نظم إدارية يتم بها التأمين هي:

أ- **التأمين التعاوني أو التبادلي:** طريقة إجراء هذا النوع من التأمين تعتمد على تعاون الأفراد المعرضون للخطر، وتجمعهم في إتفاقية يتم بناء عليها تعاونهم جميعا في تعويض من يصيبه ضياع أو نقص في رأس ماله أو دخله، وعلى ذلك فإن العضو في الجماعة يطلب الضمان من غيره من الأعضاء، وفي نفس الوقت يضمن هو أيضا مع باقي أفراد الجماعة، للأعضاء الآخرين أخطارهم، ومن هنا جاءت التسمية بإسم التأمين التبادلي، ولا تهدف المجموعة أساسا لتحقيق الربح، ولكن يتم توفير التغطية التأمينية للأعضاء بأقل تكلفة ممكنة.

ب- **التأمين التجاري:** يقوم التأمين هنا على أساس تجاري، أي بغرض تحقيق الربح، وعادة ما يقوم بهذا النوع من التأمين شركات تأمين المساهمة، وهيئات التأمين بالاكتتاب، حيث يتم حساب قسط التأمين هنا، ويغطي الخطر المؤمن منه، بجانب نسبة إضافية أخرى لتغطية الأعباء الإدارية أو الإضافية، ونسبة الربح التي تهدف إليها مثل هذه الهيئات.

ت- **التأمين الإجتماعي:** يسمى التأمين بالتأمين الإجتماعي، إذا كانت الطريقة التي يتم بها تعتمد على تدخل طرف ثالث لمعاونة أحد الطرفين المتعاقدين أو كليهما، ويقوم هذا التأمين على أساس أهداف إجتماعية، أي لا يهدف لتحقيق الربح، ولكن يهدف الى حماية الطبقات الضعيفة في المجتمع من أخطار يتعرضون لها، ولا دخل لإرادتهم في حدوثها، ولا قدرة لهم على حماية أنفسهم منها، وعادة ما يفرض هذا النوع من التأمين إجباريا، وغالبا ما تقوم بتنفيذه هيئات حكومية. (أسامة سنوسي، 2011/2010، ص81)

2. **التقسيم تبعا لطريقة تحديد الخسارة وبالتالي التعويض:**

أ- **التأمينات النقدية:** وتشمل كافة التأمينات التي يصعب تقدير الخسارة المادية الناتجة عنها عند تحقق الخطر المؤمن منه، وذلك لوجود عنصر معنوي نتيجة تحقق الخطر، فنظرا لصعوبة القياس، يتم الإتفاق مقدما بين المؤمن والمؤمن له على مبلغ التعويض المستحق عند تحقق هذا الخطر، ويتمثل ذلك في مبلغ التأمين، وتعد تأمينات الحياة من أبرز التأمينات التي ينطبق عليها الإعتبار السابق لذلك سميت بالتأمينات النقدية أي التي تقدر فيها الخسارة بالنقد مقدما والتي يجب تحملها بالكامل عند تحقق الخطر المؤمن منه.

ب- **تأمينات الخسائر:** وتشمل كافة التأمينات التي يسهل فيها تحديد الخسارة الفعلية، الناتجة عن تحقق الخطر المؤمن منه، وينطبق ذلك على تأمينات الممتلكات بأنواعها المختلفة، فالتعويض هنا يتناسب مع الخسارة الفعلية بحد أقصى مع مبلغ التأمين المحدد في عقد التأمين.

3. **التقسيم تبعا لموضوع التأمين:**

أ- **تأمينات الأشخاص:** وهي التأمينات التي يكون فيها الشخص نفسه موضوعا للتأمين، سواء في حياته أو صحته أو أعضائه، وبذلك يدخل في هذا النوع من التأمين على الحياة، التأمين ضد المرض، التأمين ضد البطالة، التأمين ضد الحوادث الشخصية (خطر الإصابة بحادث شخص)، التأمين ضد الشيخوخة، تأمين معاشات الأرامل واليتامى، وتأمين نفقات الزواج والولادة وما يشابهها من المناسبات الإجتماعية.

ب- **تأمينات الممتلكات:** وهي التأمينات التي تكون فيها ممتلكات الشخص هي موضوع التأمين، ومن أهمها: التأمين من خطر الحريق، تأمينات من أخطار النقل البحري (غرق، حريق، تصادم، تلف)، تأمين من أخطار السرقة.

ت- **تأمينات المسؤولية المدنية:** وهي التأمينات المتعلقة بمسؤولية الشخص عن الأخطار التي يتعرض لها الغير بسببه، ويكون موضوع التأمين هنا هو ثروة الشخص ككل، ومن أهم هذا النوع من التأمينات: تأمين المسؤولية المدنية لأصحاب المهن الحرة (أطباء، مهندسين، محاسبين، صيادلة، مقاولون)، تأمين المسؤولية المدنية لأصحاب العقارات وتأمين المسؤولية المدنية لأصحاب السيارات. (أسامة سنوسي، 2011/2010، ص82 83)

المطلب الثالث: شركات التأمين وأشكالها

أولا: شركات التأمين

لقد تعددت تعاريف شركات التأمين والتي سنذكر منها ما يلي:

1. **التعريف الأول:** هي مؤسسات تقوم بتقديم الخدمات التأمينية لمن يطلبها، كما أنها مؤسسة مالية تحصل على الأموال من المؤمن لهم، لتعيد إستثمارها في مقابل عائد يشاركون فيه وذلك إما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة. (زاوش فاطمة، 2014 /2015، ص66)

2. **التعريف الثاني:** قد عرف المشرع الجزائري شركات التأمين في المادة 203 من القانون 95/07 بأنها شركات تمارس إكتتاب وتنفيذ عقود التأمين أو إعادة التأمين، تنشط ضمن إطار قانوني وتهدف لتوفير الأمان للمجتمع من خلال تعويض الأخطار التي تحدث مستقبلا. (زاوش فاطمة، 2015/2014، ص 66)

3. **التعريف الثالث:** هي هيئات تتمثل في المؤمنين الذين يؤخدون على عاتقهم مسؤولية تقديم الخدمات للأفراد والمؤسسات، حيث تتولى هذه الهيئات دفع مبلغ التعويض للمؤمن له عند تحقق الخطر المؤمن منه، وتتنوع هيئات التأمين حسب شروط أو طبيعة تكوينها من ناحية، وحسب طريقة تنظيمها وإدارتها والهدف منها من ناحية أخرى. (سمية كزاد، 2014/2013، ص54)

4. **التعريف الرابع:** شركات التأمين لها دور مزدوج، فإلى جانب قيامها بتقديم خدمة لمن يطلبها، فهي شركة مالية تتلقى الأموال من المؤمن لهم، وهي كذلك تعمل كوسيط يقبل الأموال التي تتمثل في الأقساط التي يقدمها المؤمن لهم، من أجل إعادة إستثمارها نيابة عنهم مقابل عائد شأنها في ذلك شأن البنوك التجارية. (بورغدة فاتح، 2020/2019، ص92)

مما سبق يمكن تعريف شركات التأمين على أنها كل شركة بإمكانها بيع منتجات التأمين، والتعويض للمؤمن لهم في حال وقوع الخطر المؤمن ضده.

ثانيا: أشكال شركات التأمين

يمكن تقسيم شركات التأمين من حيث شكلها القانوني، أو من حيث إلزام الأشخاص بالتأمين لديها، أو من حيث طبيعة العقود التي تتعامل فيها، وذلك كما يلي:

1. تقسيم شركات التأمين من حيث شكلها القانوني:

أ. شركات التأمين التبادلي

يقوم هذا النوع من شركات التأمين على فكرة التعاون على الخطر الذي إنتشر بين أفراد المجتمع، وذلك عن طريق إتفاق عدد من الأفراد على أن يقوموا بتعويض من يصاب بضياع أو نقص في رأس ماله.

ولا يهدف هذا النوع الى تحقيق الربح، وسبب ذلك أن القائمين بإدارة الشركة هم الأعضاء نفسهم، ومن المعروف أن الأعضاء لا يدفعون رأس مال كما لا يدفعون أقساط، وانما تتحدد حصة كل عضو في الخسارة عند وقوعها.

ب. منشآت التأمين المملوكة

يهدف هذا النوع الى تحقيق الربح، ويمكن تقسيمه الى الأشكال التالية:

– **شركات فردية للتأمين:** نظرا لعدم مقدرة الأفراد (شركات فردية) على توفير رأس مال كبير لازم للنشاط، وتوفير المنظم الكفء والمتخصص في أعمال التأمين، وعدم القدرة على مواجهة الأخطار الهائلة التي تولدت عن التقدم الاقتصادي، فإن الحاجة كانت ملحة لوجود منشآت كبيرة لممارسة أعمال التأمين.

– **شركات التأمين بالإكتتاب:** وان هذا النوع من الأفراد التي تربطهم رابطة عضوية في هيئة أو جماعة، حيث أن الجماعة تسهل لأعضائها الإكتتاب في جزء من الخطر بمقدار ما يمكنه تحمله.

– **شركات المساهمة للتأمين:** ويتطلب المشرع بعض الشروط الإضافية الواجب توفرها في شركات التأمين للمساهمة، ومن أهمها مراعاة الحد الأدنى لعدد الأعضاء المؤسسين، ومراعاة الحد الأدنى لرأس المال ومراعاة عدم التضارب بين فروع التأمين.

ت. **شركات الحكومية**

تتدخل الحكومة في سوق التأمين بسبب عجز المنشآت الخاصة أو إمتناعها عن ممارسة أنواع معينة من التأمين، وبسبب وجود ضرورة إجتماعية لتدخلها، أو بسبب إزدياد درجة خطورة الخطر المؤمن منه مع بقاء أهميته بالنسبة للإقتصاد. (بوزغدة فاتح، 2020/2019، ص93)

2. تقسيم شركات التأمين من حيث درجة إلتزام الأشخاص بالتأمين لديها:

إذا نضرنا الى طبيعة نشاط شركات التأمين، وما إذا كان الفرد حرا في ممارسة نوع التأمين الذي توفره هذه الشركات، أم أنه ليس لديه الحرية في ذلك، فإنه يمكن تقسيم شركات التأمين الى نوعين رئيسيين هما:

أ. **شركات التأمين الإختياري:**

تتمثل في شركة التأمين الخاص التي تهدف الى تحقيق الربح، وللفرد مطلق الحرية في أن يتعامل مع هذه الشركة من عدمه، وتقبل التأمين من أخطار الحريق والسرقة وخيانة الأمانة وإصابة العمل والمسؤولية المدنية وأخطار البحار وأخطار الحياة.

ب. شركات التأمين الإجباري

تتمثل في شركة التأمين الإجباري التي تغطي التأمينات الاجتماعية ويبين القانون الفئات المشتركة فيها، وطريقة مواجهة تكاليفها، كما يحدد المزايا التأمينية التي توفرها شركات التأمين للمشاركين.

وعادة لا تهدف هذه الشركة الى تحقيق الربح، ولكنها تستهدف توفير الحماية التأمينية ضد الأخطار محددة تتعرض لها شريحة كبيرة من المجتمع هي طبقة العاملين. (بوزغدة فاتح، 2020/2019، ص94)

3. تقسيم شركات التأمين من حيث طبيعة العقود التي تتعامل فيها:

تنقسم شركات التأمين من حيث طبيعة العقود التي تتعامل بها الى نوعين أساسيين هما:

أ. شركات تأمين شاملة

تتعامل هذه الشركات مع جميع أنواع عقود التأمين سواء كانت تأمينات حياة أو عقود إدخار تكوين الأموال، أو عقود تأمين من الأخطار الأخرى، وهذا النوع شائع خصوصا في شركات المساهمة.

ب. شركات التأمين المتخصصة

من شركات التأمين ما يتخصص في نوع معين من التأمينات، فهناك منشآت تتخصص في تأمينات الحياة مثلا، في حين تتخصص شركات أخرى في التأمين البحري، وهكذا تستفيد هذه الشركات من مزايا التخصص من حيث تكوين الكفاءات والخبرات البشرية التي تؤدي الى كسب ثقة العملاء، ويمكن إعتبار شركات إعادة التأمين من بين الشركات المتخصصة إذا كانت تقوم بمزاولة إعادة التأمين فقط ولا تقوم بمزاولة التأمين المباشر مع جمهور المستأمنين. (بوزغدة فاتح، 2020/2019، ص95)

المبحث الثاني: التأمين البنكي، بنك التأمين

المطلب الأول: ماهية التأمين البنكي، التعريف، النشأة

أولا: تعريف التأمين المصرفي

يعد التأمين المصرفي ظاهرة عالمية حضارية، وهو أحد الإستراتيجيات المهمة التي تسعى الى تطبيقها أسواق التأمين في العالم كافة بهدف رفع مستوى الإنتاج والمبيعات. لذلك فإن التأمين المصرفي هو إحدى السبل التسويقية الحديثة للخدمات التأمينية عبر المصارف التي تستند الى الثقة المتبادلة بين المصرف وزبائنه والتعاون بين شركات التأمين والمصارف للحصول على منتج جديد في الأسواق يتمثل بتقديم خدمات (تأمينية مصرفية) للزبون نفسه في آن واحد.

من خلال قراءة العديد من التعاريف التي قدمها العديد من الكتاب يمكننا أن نذكر منها ما يلي:

1. **التعريف الأول:** التأمين المصرفي هو توفير منتجات التأمين وخدمات المصرف من خلال قنوات توزيع مشتركة تجمع بين العملاء المصارف وعملاء شركات التأمين حيث يتم التعاقد بين مؤسسات التأمين وشبكات فروع المصارف من أجل الإستفادة من فروع التسويق ووثائق التأمين بصفة عامة وعليه يصبح المصرف وكيلا يقوم ببيع منتجات التأمين نيابة عن شركات التأمين (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص78)

2. **التعريف الثاني:** التأمين البنكي هو وسيلة للتقارب بين البنوك وشركات التأمين، التقارب يمكن ان يتحقق بعدة أساليب مختلفة، إما بأخذ حصص في رأس مال البنك او شركة التأمين من خلال اندماج بعضها البعض او من خلال انشاء فروع مشتركة او فقط عن طريق توزيع منتجات التأمين من قبل البنوك لصالح شركات التأمين. (قنان براهيم، 2017/2016، ص21)

3. **التعريف الثالث:** التأمين البنكي هو توجه إستراتيجي يستهدف الزبون في الواقع هذه الإستراتيجية تقتضي تقديم للزبائن مجموعة من المنتجات البنكية ومنتجات التأمين في نفس الوقت بهدف ربح على ولائهم. (قنان براهيم، 2017/2016، ص21)

4. **التعريف الرابع:** هو مصطلح يغطي مجموعة كبيرة من الإتفاقيات المبرمة بين البنوك وشركات التأمين والتي في جميع الحالات تضمن توفير المنتجات والخدمات المصرفية والتأمينية من نفس المصدر لنفس العميل، كما يشير الى الجهود التي تبذلها البنوك لإختراق سوق التأمين. (شراطي نسيمة، العدد 04 سبتمبر، 2015، ص78)

كما أن قاموس LIMRA للتأمين يعرفه على أنه "تقديم منتجات وخدمات التأمين على الحياة من قبل البنوك ووكالات الإئتمان الإيجاري. (شراطي نسيمة، العدد04 سبتمبر، ص78)

كما يعرفه Yuan على أنه عملية قيام البنك ببيع منتجات التأمين المُصنعة عن طريق شركات التأمين، إما من خلال قنوات التوزيع الخاصة به أو وكلاءه. (Richard Brophy, 2013, p: 301)

من خلال التعاريف السابقة التي تطرقنا إليها نستنتج أن التأمين المصرفي يعني توفير منتجات التأمين والمصارف من خلال قنوات التوزيع مشتركة تجمع بين عملاء المصارف وعملاء شركات التأمين، التأمين المصرفي إذن هو النشاط الذي يعكس العلاقة التكاملية والتبادلية بين المصارف ومؤسسات التأمين، والتي تنتج عنها توفير المنتجات والخدمات المصرفية والتأمينية في مكان واحد وهو " بنك التأمين". (صونيا عابد، ص230)

كما يمكن القول أن التأمين المصرفي هو عملية تتضمن ثلاث عناصر أساسية وهي: الشراكة، مؤسسة المنتج، والعملية (Norman, 2007, p : 117)

ثانيا: النشأة

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 إستند في إطلاق هذا النشاط على فكرة الوساطة في تأمين القروض الموجهة للمقترضين لمواجهة حالة القروض المتعثرة بسبب وفاة المقترض. وقد تطور منتج التأمين في فرنسا بإعتبارها أول البلدان التي خاضت هذه التجربة. (راضية مصداع، المجلد 07، العدد 02، ص163)

لقد إستعمل مصطلح "bancassurance " في فرنسا عام 1980 للتعبير عن بيع منتجات تأمينية عن طريق وساطة شبكة بنكية، حيث إقتصر هذا المفهوم على التوزيع فقط، أي قيام المصارف بدور الموزع والمسوق للخدمات التأمينية لصالح شركات التأمين.

فأول البلدان التي شرعت في تبني منتج صيرفة التأمين كانت فرنسا وإسبانيا، حيث ظهر في فرنسا عام 1970 وتطور فيها، وهذا لنضج سوق التأمين الفرنسي الذي يتميز بالجودة وبقدرة تنافسية عالية، تليها إسبانيا التي تخطت حاجز القانون الإسباني الذي يحظر المصارف من بيع التأمين على الحياة وبالتالي تعد كل من فرنسا وإسبانيا أكثر أسواق التأمين نموا في العالم في مجال صيرفة التأمين حيث تمثل أكثر من 65% من مبيعات التأمين على الحياة، إضافة الى بعض الدول كبلجيكا والتي تعتبر صيرفة التأمين بالنسبة لها احدى الوسائل الممكنة لتوسيع نطاق أعمال التأمين وزيادة حجمها وتطوير أدواتها، لذلك فإن شركات التأمين تستفيد في حال زيادة تعاونها مع القطاع المصرفي من إحدى القنوات الرئيسية لتطوير العلاقة بين قطاعي التأمين والمصارف بشرط أن تتواجد تشريعات واضحة ومحددة تنظم العلاقة والمسؤوليات بين الطرفين حيث تقتضي صيرفة التأمين تغيير طرق العمل المصرفي التقليدي. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص80)

المطلب الثاني: متطلبات نجاح التأمين البنكي

هناك عدة عوامل تؤثر إيجابا أو سلبا على التأمين البنكي.

أولا: التشريعات

تعتبر التشريعات والقوانين أهم العوامل التي لها تأثير حقيقي على نجاح نموذج التأمين البنكي، فوجود بيئة قانونية ملائمة لا تحد من إمكانيات البنك في أخذ حصص في شركات التأمين، هذا من جهة ومن جهة أخرى، إن حذف القيود على بيع منتجات التأمين عبر شبكة البنوك، ستسمح لنشاط التأمين البنكي بالتوسع بسهولة وبسرعة أكبر.

ثانيا: الامتيازات الجبائية

يمكن أن تساهم المزايا الضريبية في تشجيع المستهلكين على الإكتتاب في منتجات التأمين. إن النظام الجبائي يمكن أن يؤثر إيجابا أو سلبا على مبيعات منتجات التأمين. فعلى سبيل المثال، في فرنسا، إستفادت منتجات التأمين على الحياة مند سنة 1998 من نظام ضريبي تفضيلي سمح لها بأن تصبح أكبر الدول بيعا لمنتجات التأمين. (قنان براهيم، 2017/2016، ص28)

ثالثا: الصورة في السوق

عاملين هامين يحددان مدى نجاح التأمين البنكي في البلد: صورة البنك وموقعها في المجتمع. هذه الصورة يمكن أن تكون من خلال تنظيم جيد وإمتلاك شبكة وكالات مكثفة في البلد.

التجربة برهنت لنا أن التأمين البنكي متطور أكثر في البلدان أي علاقة الزبون بالبنك بقيت مباشرة ومادية (فرنسا، بلجيكا، إيطاليا وإسبانيا) عليه في البلدان أين أصبحت العلاقة افتراضية، بإستعمال وسائل الإتصال الحديثة من هاتف وأنترنت لتسويق منتجات التأمين والمنتجات البنكية.

نجد في الدول التي تقع جنوب أوروبا مثل: فرنسا، إيطاليا، إسبانيا تتمتع فيها البنوك بسمعة جيدة والعملاء لديهم علاقات خاصة وجيدة مع البنوك ومسيريها، حيث أن الإتصال بين البنوك والعملاء في هذه الدول يكون بطريقة مباشرة أي عن طريق لقاءات شخصية على عكس الدول التي تقع شمال أوروبا، حيث تنجز فيها معظم المعاملات البنكية عبر الهاتف أو الأنترنت وهذا ما يفسر وجود إختلاف في نمو التأمين البنكي بين هذه الدول.

رابعا: إدارة تجارية مندمجة

الإشكالية هي كيف يمكن لشركة التأمين أن تندمج مع ثقافة البنك الذي تتعامل معه؟ وكيف تتبنى السياسات التجارية؟

التجربة برهنت على أن شركات التأمين التي تسوق منتجاتها عبر شبكة البنوك تكون قريبة إليها. وأن سيطرة نموذج التوزيع قوية جدا. حيث تقوم شركات التأمين بتقديم منتجات مندمجة مع منتجات البنوك للإستجابة لإختيارات الزبائن.

إن اعتماد نموذج تسيير مندمج من طرف شركات التأمين المتعاملة مع البنوك في تسويق منتجاتها، يسمح لها بوضع قاعدة معطيات من خلال النظام المعلوماتي المستغل من طرف البنوك. الهدف يكمن كذلك في تبادل المعلومات للحصول على نظرة شاملة حول ذمة الزبون.

التسيير المندمج يسمح كذلك بإتخاد قرارات بسرعة وتخفيض تكاليف تسيير العقود. وإن تبني نموذج مندمج للتسيير يجب أن يأخد بصفة كاملة وشاملة بالإعتماد على تكوين ملائم وتحفيز العمال على تبني ثقافة الشركة. (قنان براهيم، 2017/2016، ص29)

خامسا: التكوين

تتكون الشبكة البنكية من عمال مكونين في تقنيات بيع المنتجات والخدمات المالية. في حين، عند خوض البنك في تسويق منتجات التأمين، عليه تكوين موظفيه في إتقان أساسيات التأمين حتى يكونوا قادرين على تقديم خدمة جيدة للعملاء. إذ يمكن للأخطاء التي يرتكبها موظف غير كفئ (مثل: تفسير خاطئ لخصائص المنتج لزبون ما) أن تكون له إنعكاسات سلبية على صورة البنك ويؤثر على درجة الثقة الموجودة بين البنك والزبون. وهذا ما يجعل تكوين العمال بإستمرار مثل: المؤتمرات والدورات، المنشورات الداخلية وإجتماعات بين البنوك وشركات التأمين. أمرا لابد منه.

سادسا: مكافأة قوى البيع

من أجل الرقي بالإهتمامات والرغبات التي يقدمها الزبائن من الضروري وضع نظام تعويضات لتحفيز البائعين، وتستند هذه التحفيزات عادة الى عدة عوامل والتي من بينها: نوع المنتجات المباعة، عدد المنتجات المباعة، ومقدار رأس المال المطروح.... الخ حيث أن بيع منتجات التأمين الملحقة للمنتجات البنكية (مثال: عقود التأمين على الحياة للحصول على الإئتمان). لا يتطلب وضع تحفيزات للبائع الذي لا يبذل أي جهد بطريقة إلزامية أو تلقائية، وعلى عكس ذلك، فإنه في حالة بيع المنتجات المعقدة (مثال: منتجات تأمين الأضرار) فإنه يجب تطبيق نظام مكافآت فعال ومناسب لأن هذه المنتجات تتطلب جهد كبير للبيع ومستوى عال من التأهيل. ويمكن أن تأخد هذه الحوافز عدة أشكال، كأن تكون على شكل عمولات تدفع على كل عقد تأمين جديد، أو على شكل هدايا توزع على أحسن البائعين.

سابعا: خصائص المنتوجات المطورة

لابد وأن يكون هناك تفاعل للبنك مع المنتجات الموزعة لأنه هو في أفضل مكانة لتحديد إحتياطات العملاء، حيث أن بنك التأمين المبتدئ عادة ما يبدأ بتوزيع منتجات التأمين البسيطة المدمجة أحيانا مع عروض البنك والتي تدمج في إجراءات بيع البنك أحيانا وكذا طريقة تسييره، حيث أن بعض هذه المنتجات ليست غالبا منتجات بديلة للمنتجات البنكية وهذا ما يشكل تحديا لكل من البنوك وشركات التأمين. ولكن الشيء المهم هو أن تقدم دائما منتجات يتم فهمها وتقديمها بسهولة، كما يجب أن تكون الخيارات المطروحة فيها محددة. (قنان براهيم، 2017/2016، ص30)

ثامنا: النماذج المعتمدة في إنشاء التأمين البنكي

في الحقيقة لا يوجد نموذج قياسي، أي أن كل شركة تأمين وكل بنك يبحث عن الصيغة والنموذج الأكثر ملائمة لأوضاعه وعلى قدرة التكامل بينهما، يفصل بعض المتعاملين الإقتصاديين إتفاقيات التوزيع البسيطة التي توفر أكبر قدر من المرونة في إتخاد القرارات والخيارات المتعلقة بالمنتوج الموزع من إتصال وإشهار وتسيير عقود التأمين. ولا يمكن لنموذج واحد أن يحكم كامل السوق.

الإتصال الدائم والمباشر مع الزبائن يسمح للبنوك بتقديم منتجات جديدة تتعلق بالتأمين. إنتشار إستخدام وسائل الإتصال الحديثة (الهاتف والأنترنت وغيرها)، سيقلص من تطور التأمين البنكي لما يحتاجه من إتصال مباشر.

تاسعا: معدل إنتشار التأمين

هناك تفسير آخر للنجاح الكبير الذي حققته بعض الدول حيث سعت البنوك العالمية الكبرى الى إستغلال إنخفاض معدل إنتشار التأمين في هذه الدول، وقامت بعقد تحالفات أو شراكات مع شركات التأمين المحلية أو مع البنوك المحلية ذات الشبكات الكثيفة والمنضمة، هذا لدرايتها أكثر بإحتياجات المستهلكين المحليين، وهذا ما أدى الى نمو نشاط التأمين البنكي وسرعة كبيرة في هذه البلدان.

عاشرا: عوامل داخلية وتنظيمية

وأخيرا هناك عوامل داخلية لنجاح التأمين البنكي: التنظيم، أداء نظام المعلومات، التكوين، تعويض مندوبي المبيعات، أساليب البيع وتكامل نظام المعلومات لشركة التأمين مع نظام البنك. (قنان براهيم، 2017/2016، ص31)

المطلب الثالث: 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 إختياره وفقا للظروف الفردية والفرص التي توفرها السلطات في كل بلد.

أولا: دور صيرفة التأمين بالنسبة لشركات التأمين:

أدى الإندماج بين شركات التأمين والبنوك الى توفير شبكة جديدة أكثر كثافة وأقرب الى الزبائن وأكثر إطلاعا على إحتياجاتهم وظروفهم، مما أدى الى توسيع قاعدة زبائن شركات التأمين بشكل كبير من خلال إستقطاب زبائن كان من الصعب الوصول إليهم، وذلك للإستفادة من الصورة الجيدة والثقة التي تتمتع بها البنوك وكذا ما تتميز به خدماتها من جودة.

1. تعتبر هذه الشبكة فرصة جديدة لتغيير أساليب التوزيع، ومن ثم الحد من مخاطر الإعتماد المفرط على شبكة توزيع واحدة، مما يؤدي الى الإستفادة من تخفيض تكاليف التوزيع والعمولات المرافقة لها مما يمكنها من عرض أسعار تنافسية نظرا لتدني التكلفة ووفرات الحجم،

2. حصول شركة التأمين على مساندة البنك لمركزها المالي في حال الإندماج، وبالتالي الحد من مخاطر السيولة، مما ينعكس إيجابا على جودة الخدمات التأمينية،

3. إنسحاب ثقة العميل بالمصرف الذي يتعامل معه إيجابا على سمعة شركة التأمين وإنتشارها، مما يسمح لها بالوصول الى شريحة جديدة من الجمهور.

4. تحسين المردودية، فالمعرفة الجيدة للأخطار، والرفع من حجم النشاط التأميني مع تخفيض تكاليف التوزيع يؤدي الى تحسين مردودية المؤسسة التأمينية.

وبالرغم هذا الدور الإيجابي 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 الى إختلاف الثقافة التجارية وخاصة في مجال إختبار الأخطار، وكيفية معالجة الملفات. ومن جهة أخرى نجد أنه قد يبقى ولاء العميل للمصرف وليس لشركة التأمين، وقد يزداد هذا الولاء بإرتفاع عدد المنتجات التي يقتنيها العميل من المصرف. (راضية مصداع، عبد الحميد بن ناصر، المجلد 07 العدد 02، 2020، ص165)

ثانيا: دور صيرفة التأمين بالنسبة للبنوك:

1. في حالة تكوين المشروعات المشتركة والإندماج بين البنوك وشركات التأمين، يستطيع البنك الإستفادة من مزايا الإعفاءات الضريبية على أقساط التأمين على الحياة،

2. شركات التأمين تتمتع بقدرات خاصة يمكن أن تفيد البنوك في مجال دراسة المخاطر ومتابعتها الى جانب خبرتها التسويقية مما يسمح بالرفع من مردودية الموارد البشرية وإنتاجيتهم.

3. تعتبر صيرفة التأمين وسيلة لخلق تيار إيرادات جديد من خلال تحصيل عمولات ومداخيل جديدة مقابل توزيع المنتوجات التأمينية.

4. تحقيق مردودية أكبر للموارد من خلال التخفيض من التكاليف الثابتة التي يتم توزيعها على أكبر عدد من المنتجات التي يستخدمها العميل.

5. زيادة حصة المصرف من السوق، وإستقطاب 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 الإيجابيات، فإن صيرفة التأمين بالنسبة للبنوك لا تغلو من بعض السلبيات أهمها:

أ. تطوير توزيع المنتجات التأمينية يؤثر ويساهم في تهميش بعض المنتجات البنكية الأساسية،

ب. الخطر على صورة البنك، وتحديدا من خلال طول مدة الإنتظار المعروفة للتعويض عن الحوادث المؤمنة.

إرتفاع تكاليف تكوين الموظفين نظرا لتعقد النشاط التأميني الذي يتطلب معرفة دقيقة. (راضية مصداع، عبد الحميد بن ناصر، المجلد 07 العدد 02، 2020، ص166)

ثالثا: دور صيرفة التأمين بالنسبة للمستهلك:

العميل يستفيد من فرصة شراء منتجات تأمين بسيطة وغير مكلفة في كثير من الأحيان، مع أقساط تتناسب مع إحتياجاته مع سهولة الحصول عليها لأن النظام المصرفي عموما أكثر كفاءة من وكالات التأمين، توفير شمولية الخدمة للعميل مما يمكنه من إجراء مختلف عملياته المصرفية والتأمينية في مكان واحد في أقل وقت. (راضية مصداع، عبد الحميد بن ناصر، المجلد 07 العدد 02، 2020، ص167)

المبحث الثالث: التحالفات الإستراتيجية في مجال خدمة التأمين

المطلب الأول: تعريف التحالفات الإستراتيجية في قطاع التأمين البنكي

أولا: تعريف

لا يقتصر مفهوم عبارة التحالفات الإستراتيجية على مفهوم محدد بل لها عدة تعاريف ومفاهيم مختلفة وهذا لحداثة الظاهرة من جهة والوضعية الإقتصادية من جهة أخرى، ولكن كلها تصب في فكرة إحلال التعاون بدل المنافسة لتحقيق الصالح العام لكلا الأطراف.

قد عرف التحالف الإستراتيجي على أنه " سعي شركتين أو أكثر نحو تكوين علاقة تكاملية تبادلية.

كما عرف أيضا على أنه: "ترتيبات تنظيمية وسياسات عملية تسمح للمؤسسة والشركات المنفصلة أن تكون جسدا واحدا فتشارك في السلطة الإدارية وفي التعاقدات وفي المعرفة". (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص66)

إذن التحالفات الإستراتيجية هو إتفاق رسمي بين مؤسسات مستقلة في نفس البلد أو بين بلدين أو عدة بلدان، تتعاقد لفترة طويلة بهدف تأمين درجة من التعاون بينهما وهذا لتحقيق مصالح وفوائد مشتركة". (بوعسلة بشرى، 2015 /2016، ص66)

إن التحالفات الإستراتيجية التي تنشأ بين شركات التأمين وبين البنوك يتولد عنها ما يعرف بالتأمين البنكي ويعرف كما يلي: " يغطي مجموعة كبيرة من الإتفاقيات المبرمة بين البنوك وشركات التأمين والتي في جميع الحالات تضمن توفير المنتجات والخدمات البنكية والتأمينية من نفس المصدر لنفس العميل، كما يشير الى الجهود التي تبدلها البنوك لإختراق سوق التأمين. ".(ناجم زينب، العدد 17، 2017، ص61)

وقد تعددت تعاريف التأمين البنكي بتعدد نماذجه الإستراتيجية ويتعدد وجهات نظر الإقتصاديين حيث يعرفه Alan leach: "إشراك ومشاركة البنوك ومصارف الإدخار والتسليف ومنظمات العقود العقارية صناعة، تسويق، توزيع منتجات التأمين".

ثانيا: الشروط الأساسية لبناء التحالف الإستراتيجي:

في عالم كثرت فيه المخاطر والأزمات، نحن مجبرون على التعاون مع الغير، فالتعاون يتحكم في هذه التحديات ويضمن توفير الإحتياجات من المهارات والموارد والخبرة اللازمة لإختراق السوق الدولية، إذن قبل التفكير في التحالف الإستراتيجي يجب التفكير في الشروط الأساسية لبناء التحالف الإستراتيجي التي تساعدنا على تحقيق مختلف الأهداف بطريقة مضبوطة ودقيقة. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص68)

1. الأهمية والتبريرات لبناء التحالف الإستراتيجي:

لبناء التحالف الإستراتيجي يمكن إستغلال الإجراءات أو التدابير التالية:

- تحقيق تكامل تكنولوجي؛

- يسمح بدخول أسواق جديدة؛
- تقليص وقت الإبتكار والإبداع؛
- خلق ظروف ملائمة كإبراز أفكار جديدة ومنتجات جديدة وتحسين جودة المنتجات؛
- يسمح بفتح أفاق تجارية جديدة ككسب قنوات تجارية جديدة وتغطية أفضل للسوق؛
- تدعيم المصداقية وتخفيض التكاليف وتقليل المخاطر.

كما أن التخطيط يساعد على تحقيق التوازن بين الأهداف ومصالح الجماعات ذات التأثير الإستراتيجي، ويتضمن الإعداد المسبق والإختيار بين البدائل المتعلقة بالأهداف والإستراتيجيات والإجراءات والقواعد والبرامج. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص69)

2. معيار إختيار الشريك في التحالف الإستراتيجي:

حتى يكون بناء التحالف الإستراتيجي قويا لابد من حسن إختيار الشريك، بالنظر في المعايير التالية:

- أن يكون لكل طرف ميزة تنافسية إنتاجية أو تكنولوجية أو تسويقية أو مالية، وكثير ما يقارن التحالف الناجح، يعتبر إختيار الشريك المناسب من أهم القرارات التي يواجهها المتحالفون وهذا لتفادي مختلف الصراعات والنزاعات؛
- إحتمال تحول أحد الأطراف الى منافس قوي في المستقبل مستبعد أو ضعيف؛
- إستخراج فكرة واضحة من التحالف؛
- دراسة المتغيرات السياسية والإقتصادية والإجتماعية والتكنولوجية والبيئية الخاصة بكل شريك؛
- فهم نقاط الضعف الحقيقية للشريك كذلك يجب فهم نقاط القوة (يجب الحذر من التحاليل السطحية والإنطباعات الخاطئة).
- معرفة كل متغيرات التسيير للشريك من أجل مقارنة درجة كفاءتها مع تلك الخاصة بك (التنظيم، هيكل إتخاد القرار، الأهداف الإستراتيجية،....)، محاول معرفة إذا كان التحالف مفيد لكلا الجانبين. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص70)

المطلب الثاني: نماذج وأشكال التحالفات بين البنك ومؤسسات التأمين

في مسيرة تطور التأمين المصرفي Bancassurance، نجد أنه مر بعدة مراحل، تمثل في حد ذاتها أنواعا وأنماطا للتقارب بين البنوك وشركات التأمين، وقد تدرجت من الشكل البسيط جدا والمتمثل في إتفاقيات التوزيع البسيطة، الى النموذج الأكثر تعقيدا وإرتباطا بالوحدتين، وهو الإستحواذ أو الإندماج الكامل، وبينهما يمكن أن نجد مستويات من التحالفات الإستراتيجية، وبالتالي فإن التقارب بين البنوك وشركات التأمين غالبا لا يخرج عن هذه الإستراتيجيات:

أولا: إتفاقية التوزيع:

في هذا النوع من التقارب، يأخذ البنك دور الموزع البسيط للمنتجات التأمينية لشركات التأمين مقابل عمولة، ويمكن أن تتدرج هذه الإتفاقيات الى ثلاث مستويات:

1. علاقة توزيع بسيطة جدا: حيث يقوم البنك (بإتفاق رسمي أو غير رسمي مع شركة التأمين)، بعرض منتجات التأمين على عملائه، حيث ينصح البنك عملائه بأنواع معينة من منتجات التأمين، وهذا النوع من التقارب يتسم بعلاقة محدودة بين المؤسسين، كما أنه يمكن أن لا تكون حصرية لمنتجات معينة أو لشركة تأمين واحدة.

2. إتفاق التوزيع الحصري: وتكون مبنية على إتفاق رسمي بين البنك وشركة تأمين، حيث يقوم البنك عبر فروعه وشبابيكه، بعرض وبيع منتجات تأمين الشركة المتفق معها فقط وبصفة حصرية.

3. علاقة إستراتيجية: وتنشأ هذه العلاقة عندما يكون بين البنك وشركة التأمين ملكية مشتركة أو أهداف إستراتيجية ما تحمي وتحفظ حصرية العلاقة بين المؤسستين.

وما يمكن ملاحظته حول هذا النوع من بنك التأمين أنه رغم بساطته إلا أنه يوفر مردودية سريعة للبنك من خلال كسب عوائد منتظمة في شكل عمولات توزيع المنتجات التأمينية، وأيضا لشركة التأمين من خلال توسيع نطاق عملياتها وعملائها، من جهة أخرى وبما أن البنك مجبرا على توزيع المنتجات المعروضة من قبل شركة التأمين، فلا يكون هناك أي تحسين أو تطوير للمنتجات المعروضة، وعموما تعتبر هذه الإتفاقيات كخطوة أولى لتجسيد بنك تأمين أكثر تطورا. (صونيا عابد، ص237 238)

ثانيا: التحالفات الإستراتيجية:

يمكن تعريف التحالفات الإستراتيجية بأنها سعي شركتين أو أكثر نحو تكوين علاقة تكاملية تبادلية بهدف تعظيم الفائدة من الموارد المشتركة في بيئة ديناميكية تنافسية لإستيعاب متغيرات بيئية قد حدثت تتمثل في الفرص والتحديات"، فالتحالف إذن " إتفاق تعاوني طوعي بحق الملكية أو تعاقدي بين منظمتين مستقلتين أو أكثر يتضمن التبادل والمشاركة والتطوير المشترك للمنتجات، أو التكنولوجيا، أو الخدمات أو توحيد الموارد والقدرات الجوهرية من أجل تحقيق أهداف إستراتيجية مشتركة".

وقد إزداد إتجاه المؤسسات الإقتصادية في العقود الأخيرة، نحو التحالف فيما بينها، وهذا يوحي بأهميتها للأطراف المتحالفة، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي: (صونيا عابد، ص239)

1. تخفيض تكلفة أداء النشاط التجاري للحلفاء؛
2. الحصول على مزايا تنافسية؛
3. إرضاء العملاء؛
4. تقليل التهديدات المحتملة الناتجة عن المنافسة المستقبلية.

ويمكن أن نجد في التطبيق العملي عدة أنواع وأشكال للتحالفات الإستراتيجية، ومن أهمها المشروع المشترك، يقول أحد الباحثين :"تعتبر المشروعات المشتركة وتراخيص الإنتاج أكثر أنواع التحالفات شيوعا، أما المشروعات المشتركة فإنها إتفاقات تعاقدية بين شركتين أو أكثر ينتج عنه شخصية قانونية منفصلة لها أهدافها الخاصة، وفي هذا النوع من التحالف فإن كل شريك يحتفظ بإستقلاله، كما يتم في هذا النوع من التحالفات تقاسم الأسهم والأرباح والخسائر.

وعادة ما تتوفر للمشروعات المشتركة **الخصائص الأتية** : الدعم الداخلي النابع من العناصر المختلفة، والاستراتيجية الواضحة، والإدارة والتنظيم المستقلان، وروابط التشغيل القوية، بالإضافة الى توفر العلاقة المتبادلة التي توفر الربح للجميع، وعادة تنشأ خيارات المشاريع المشتركة بين المؤسسات عندما يصعب تأسيس المشروع بشكل مستقل نظرا لقلة الموارد أو الخبرات أو غير ذلك، فيتحمل الطرفان أو عدة أطراف نسب معينة من تكاليف ومستلزمات إنشاء المشروع.

وفي حالة بنك التأمين، يتفق كل من البنك وشركة التأمين على تأسيس شركة جديدة مستقلة، يكون نشاطها الرئيسي التأمين المصرفي، ويتقاسم الطرفان الأرباح والمنافع الإقتصادية حسب مساهمة كل منهما، وقد يساهم أكثر من طرفين في إقامة هذا المشروع، ويعتبر هذا النموذج الأكثر شيوعا لإنشاء بنك التأمين. (صونيا عابد، ص240-241)

ثالثا: التكامل التام: الإندماج والإستحواذ

يعرف الإندماج على أنه " عقد يقوم على الإرادة بين شركتين أو أكثر بمقتضاه يتم إتفاقهما على وضع أعضائهما وأموالهما في شركة واحدة "، أما الإستحواذ (والذي يعرف أيضا بعملية التملك أو الشراء) فهو "شراء أصول وأسهم الشركة المستهدفة من طرف شركة أخرى، وتتم العملية بشكل ودي أو غير ودي، وفي الحالة الأولى يكون هناك تعاون بين الشركتين في المفاوضات، أما في الحالة الثانية فإن الشركة المستهدفة بالإستحواذ فتكون غير راغبة في أن يتم شراؤها أو أن مجلس إدارة الشركة المستهدفة لا يكون لديه دراية مسبقة بعرض الإستحواذ، حيث يمكن أن تتم عملية الإستحواذ بالتواطؤ بين الشركة المستحوذة ومساهمي الشركة المستهدفة دون علم الإدارة.

ويقوم البنك بالإستحواذ على شركات التأمين عن طريق شراء وتملك العدد الأكبر من أسهمها، وبهذا فهو يحكم السيطرة عليها، فتصبح جزءا من فروعه. أما في حالة الإندماج فإن البنك وشركة التأمين يتحدان لتشكيل مؤسسة جديدة تمارس نشاط بنك التأمين.

وهذا الترتيب ينطوي على التكامل التام بين الخدمات المصرفية والتأمينية، فيصبح البنك يبيع منتجات التأمين بإسمه الخاص وبعلامته التجارية، بوصفها أحد الحلول المالية التي تستجيب لمتطلبات وإحتياجات العميل.

ويمكن وصف إستراتيجية الإندماج والإستحواذ الكلي بين البنك وشركة التأمين بالنادرة الحدوث، على عكس الإستحواذ على جزء من ملكية شركة التأمين، فالتعاون والتآزر التشغيلي بين النشاطين لا يستدعي الإندماج الكلي أو الإستحواذ الكلي، أي أنه يمكنهما الإحتفاظ بطبيعتهما وإستقلاليتهما القانونية، وفي نفس الوقت الإستفادة من الخدمات التي يقدمها كل طرف لآخر.

وكما سبق الإشارة فإنه لا يوجد نموذج قياسي أو مثالي لبنك التأمين، حيث أن كل بنك وشركة تأمين يمكن أن تختار النموذج الأنسب لأهدافهم وإحتياجاتهما، كما تلعب التشريعات القانونية والبيئة الإقتصادية والثقافية أيضا دورا في إختيار الصيغة الأنسب. (صونيا عابد، ص 243- 242)

المطلب الثالث: تجارب دولية في التأمين المصرفي

سوف نحاول من خلال هذا المطلب نذكر بعض التجارب الدولية الناجحة في صناعة التأمين المصرفي وهي كما يلي:

أولا: التأمين المصرفي في العالم: ظهر التأمين المصرفي ببعض الدول الأوروبية من بينها:

1. التأمين المصرفي في أوروبا:

يشكل التأمين المصرفي في إسبانيا أكثر من 65% من رقم أعمال شركات التأمين، أي ما يعادل 17مليار أورو عام 2001، وفي بلجيكا وإيطاليا فقد بلغت نسبة 50%، وهذا بعد صدور قانون 1990 في إيطاليا الذي سمح للمصارف بتقديم هذه الخدمات في إيطاليا، أما في فرنسا والتي ظهر بها هذا النوع من التأمين عام 1970 فيشكل ما نسبته 60% بما في ذلك رقم أعمال شركات التأمين على الحياة عام 1992، وفي ألمانيا يشكل سوق التأمين المصرفي ما نسبته 20% من سوق التأمين في عام 1999، ويعود إنخفاض هذه النسبة الى الإجراءات التنظيمية التي تتعلق بالمنتجات التأمينية التي فرضتها السلطات الألمانية، وكذلك وجود تعارض ما بين المصارف وشركات التأمين، في حين أن في هولندا شكل التأمين المصرفي عام 2002 نسبة 18% من سوق التأمين. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص81)

2. التأمين المصرفي في أسيا:

يلاحظ في الدول الأسيوية المطلة على المحيط الهادي، إقبال عدد من المصارف على الإستحواذ على شركات التأمين على الحياة وبالطبع تتفاوت درجات الصلة بين المصرف وشركات التأمين، فعلى المستوى الأدنى يمكن للمصرف ببساطة أن يبيع منتجات التأمين نيابة عن شركات تأمين فرعية، وفي هذه الحالة تكون المخاطرة محدودة جدا، أو يمكن أن يمتلك المصرف حصة في شركة التأمين دون ممارسة رقابة أو سيطرة، أما على المستوى الثاني الأعلى فإنه يمكن الدمج بشكل أكثر وثاقة بين أنشطة التأمين البنكية، فتقوم المصارف بإصدار بوالص التأمين وتحظى بحصة في عمليات شركات التأمين بشكل مباشر.

وفي بعض الدول الأسيوية مثل تايلاندا جميع المنتجات التأمينية يمكن تقديمها عبر قناة بنكية، أما في اليابان وحتى عام 1990 فالسلطات الوصية على القطاع المالي منعت على تقديم الخدمات التأمينية من قبل

المصارف، ليتم السماح لها في عام 2000 بتسويق المنتجات التأمينية. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص82)

3. التأمين المصرفي في أمريكا:

لقد إعتمدت المصارف الأمريكية العمل على الترويج لمنتوج التأمين على الحياة، أطلق عليها وثيقة التأمين على الحياة الإئتمانية، تمتد لعدد محدود من السنوات، وينخفض فيها مبلغ التأمين من سنة الى أخرى، بل ومن شهر الى آخر مع سداد كل قسط من أقساط القرض، فمبلغ التأمين يتغير مع الرصيد المتبقي من القرض، ويستمر المؤمن عليه في دفع قسط القرض الى المصرف طالما هو على قيد الحياة، أما إذا وافته المنية قبل أن ينتهي من سداد الأقساط، التزمت الشركة الشقيقية أي شركة التأمين، بسداد أقساط القرض في تواريخ استحقاقها.

وقد إمتد نشاط المصارف الشاملة في هذا الصدد الى تقديم خدمات تأمينية أخرى، ونقصد بذلك التأمين على الممتلكات، فالخدمة التأمينية في هذه الحالة عادة ما تصاحب إئتمان حصل عليه المؤمن له من المصرف لغرض شراء الشيء محل التأمين (منزل أو سيارة) وكما هو الحال في وثيقة التأمين على الحياة، يتحقق للمصرف والشركة المتعاقد معها، ميزة تسويق الخدمة بتكلفة قليلة، كما يتحقق للعميل ميزة الحصول على الخدمات المالية المتكاملة (الإئتمان والتأمين) من نفس المكان.(بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص83)

ثانيا: التأمين المصرفي في الدول العربية:

1. التأمين المصرفي في مصر:

لقد إزدهر التأمين المصرفي في مصر عبر شبكات فروع البنوك التي تعمل في القطاع المصرفي، وذلك كأحد السبل التسويقية الحديثة للخدمات التأمينية، حيث حققت شركات التأمين على الحياة في مصر نجاحا في هذا المجال، وزادت من حجم أقساطها التأمينية وكذا نسبة حصتها في السوق، كما إنخفضت التكلفة التسويقية لهذه المنتجات وبالتالي إنخفضت أسعارها.

كما أعلن المصرف العربي بمصر وهو أحد المصارف الكبيرة في القطاع المصرفي المصري والشركة الرائدة في مجال صناعة التأمين عن توقيع إتفاقية لتقديم خدمات التأمين المصرفي في 2007/10/14، وتنص هذه الإتفاقية على تقديم برامج التأمين على الحياة من خلال فروع البنك المنتشرة في مصر.

الملاحظ أن حجم صناعة التأمين لازالت متأخرة في الدول النامية بصفة عامة والدول العربية على وجه الخصوص، وذلك بسبب:

- نقص الوعي التأميني لدى الأفراد؛
- ضيق سوق التأمين بسبب عدم توسع شركات التأمين في الأنشطة والمجالات التأمينية الحديثة؛
- صغر حجم المؤسسات القائمة بها.

وتعد أنشطة التأمين من بين الأنشطة التي تسعى الدول المتقدمة الى السيطرة عليها بإعتبارها من أهم وأخطر مجالات تجارة الخدمات المالية التي تتفوق فيها بشكل مطلق عن الدول النامية التي تعتبر من الأسواق الناشئة في هذا المجال، خاصة بعد التوصل الى إبرام إتفاقية تحرير الخدمات ومنها الخدمات المالية والمصرفية (إتفاقية منظمة التجارة العالمية "GATS " المبرمة في عام 1997). (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص84)

2. التأمين المصرفي في المغرب:

المغرب هي اول بلد مغربي تبني فكرة صيرفة التأمين فمند سنوات والمصارف المغربية تبيع منتجات تأمين عبر عقود مفتوحة لكل نوع من منتجات التأمين ووضعها في خدمة زبائنها، إحتراما كذلك للقانون المغربي وفقا "ظهير 177المتعلق بعمليات التأمين "(الظهير هي أوامر الملك المغربي).

أثبت سوق التأمين المغربي خصوصيته الفعالة في خلق وتطوير منتجات جديدة وتوزيعها عبر المصارف، وحقق كذلك ناتج إجمالي مرضي نسبيا، حيث إرتفع معدل دخل التأمين الى 2.9% في 2006، وقدرت حصة تأمينات الحياة ب2.9% من مجموع الأقساط، ويمكن تفسير نموه بالنظام الجبائي المغربي الذي يتلاءم مع منتجات تأمين الحياة، فكل المصارف الكبرى في المغرب تزاول نشاط التأمين المصرفي، ونذكر منها:

" بنك وافا " التجاري مع "وافا للتأمين "، البنك المغربي التجاري الخارجي مع RMA المصرف المغاربي للتجارة والصناعة مع الأمان، البنك الشعبي مع الأمان.

في حين أن هيكل السوق في طريق التعديل، وإنتظار ظهور شراكة جديدة مثل خلق وإمتلاك فروع تأمين للمصارف بفضل مشروع القانون الجديد الذي ألغي سقفا محددا لمساهمات المصارف في رأس مال شركات التأمين المحددة سابقا بواسطة قانون التأمينات ب 30%. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص84)

3. التأمين المصرفي في تونس:

يعتبر نشاط التامين بالنسبة لتونس نشاطا جديدا، لم يظهر قبل سنة 2002 وخلال 7سنوات كانت 14 شركة تأمين و13 مصرف بتوقيع 73 اتفاقية من أجل تسويق 83 منتج تأمين منها 44 منتج تأمين على الحياة وبفضل هذه الإتفاقيات فلقد فاق رقم أعمال هذا النشاط 29مليار دينار تونسي سنة 2006 ليصبح 44.3 مليار دينار تونسي سنة 2008، ووفقا لإحصائيات لجنة مراقبة التأمينات التابعة لوزارة المالية حددت حصة هذا النشاط منة رقم الأعمال الإجمالي لقطاع التأمين 4.6% سنة 2008.

ورغم المجهودات المبذولة من طرف الجهات المعنية من إعلام وترويج وتعويد الشعب التونسي على ثقافة تأمين الحياة إلا أن نشاط صيرفة التأمين بتونس يبقى ضئيلا ويزدهر بصعوبة. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص85)

4. التأمين المصرفي في لبنان:

إن التعاون بين القطاع المصرفي وشركات التأمين في لبنان بدأ مند عدة سنوات وشكل نمطا جديدا في سوق التأمين اللبناني والأسواق المالية عموما وهذا التعاون إنعكس بإرتفاع عدد الإتفاقيات المبرمة بينهما والتي تهدف الى إستخدام الشبكات المصرفية لبيع منتجات التأمين.

وقد دخلت المصارف اللبنانية هذا المجال مع نهاية التسعينات، وتتضمن هذه المنتجات التأمينات الشخصية، التأمين على الحياة، التوفير والاحتياط واستحوذت على حصة ملحوظة من السوق في فترة قصيرة نسبيا إذ شكلت منتجات التأمين المصرفي حوالي 23% من مجموع الأقساط عام 2002، ولا يزال هذا النمط مستمرا على نحو متزايد، حيث كان بنك "عودة " سباقا في السوق اللبنانية من ناحية الإستفادة من قاعدته المصرفية لتقديم التواصل مع شركات التأمين.

إشترى بنك" عودة " 10% من أسهم شركة SNA في عام 1999 وهي إحدى أكبر شركات التأمين في لبنان، وتملك 99% من الشركة اللبنانية وشركة العربية للتأمين وإعادة التأمين في عام 2000. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص86)

خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل التحالف بين البنوك وشركات التأمين باعتبارها أحد الإستراتيجيات الهامة التي تسعى الى تطبيقها أغلب أسواق التأمين في العالم بهدف زيادة حجم أقساطها التأمينية ونسبة حصتها من السوق بالإضافة الى خفض التكلفة التسويقية وأسعار المنتجات التأمينية. أما بالنسبة الى المصارف فهي وجدت في العمولات التي تجنيها من شركات التأمين ما لم تجده في أي من خدمات التجزئة الأخرى فأقبلت عليها بشدة.

لقد ازدهر في الفترة الأخيرة التأمين البنكي عبر شبكات فروع البنوك التي تعمل في القطاع المصرفي، وذلك كأحد السبل التسويقية الحديثة للخدمات التأمينية التي تستند على الثقة المتبادلة بين البنك وعملائه والتي تنسحب على المعاملات التأمينية الأخرى للعميل ولقد حققت شركات التأمين نجاحا ملحوظا في هذا المجال حيث إستطاعت أن تجتذب شريحة كبيرة من عملاء البنوك.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة

الفصل الثاني: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة

تمهيد

تكتسي المؤسسات المالية أهمية قسوى في حياة الفرد والجماعات حيث تحتل البنوك وشركات التأمين على وجه العموم أهمية بالغة ضمن هاته المؤسسات، فهي تعد أهم مكونات مؤسسات النظام المالي في الجزائر، وترجع أولى الأنشطة المصرفية المتعلقة بمنتوجات التأمين الى بداية التسعينات، لكن لم تعرف هذه الأنشطة تطورا ملحوظا إلا بعد تحرير قطاعي المصارف والتأمينات، لقد تنوعت حاليا عروض القطاعين لمنتوجات التأمين المسوقة من طرف المؤسسات المصرفية، ومع تعاظم دورها إمتد نطاق أعمالها بصورة لم يسبق لها مثيل في ظل التطورات السريعة والمعقدة وإنتشار العولمة أصبح من الضروري التقارب بينهما، ولهاته الغاية وبصورة متطورة جاءت العلاقة العامة لتظبط سيرة هذه المؤسسات وتحقق الإنسجام بينها، حيث أصبحت شركات التأمين تحتاج للبنوك والبنوك تحتاج لشركات التأمين أو ما يعرف بـــ" التأمين المصرفي".

سوف نتطرق في هذا الفصل الى واقع التأمين المصرفي في الجزائر وذلك من خلال المباحث التالية:

- **المبحث الأول: واقع التأمين المصرفي في الجزائر؛**
- **المبحث الثاني: التأمين المصرفي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.**

المبحث الأول: واقع التأمين المصرفي في الجزائر

المطلب الأول: التأمين المصرفي في الجزائر (العوامل المساعدة والأفاق)

أولا: العوامل المساعدة على نمو التأمين المصرفي في الجزائر

يعتبر السوق الجزائري سوقا خصبة لتطوير مشروع التأمين المصرفي نظرا الى جملة من العوامل والمحفزات المساعدة على نموه وتطوره والتي نوجز أهمها، فيما يلي:

1. **على مستوى المصارف:**

تتمثل العوامل المساعدة على نمو التأمين المصرفي على مستوى المصرف فيما يلي:

– معدل انتشار للمصارف الأجنبية:

عزز الإطار القانوني بوادر المنافسة داخل النظام المصرفي بإصدار القانون 03_11، مع دخول المصارف الأجنبية والمؤسسات الوطنية والخارجية مع نهاية سنوات التسعينات، فدخول هذه المؤسسات مثل كارديف التابعة لمجمع بي ان بي باربا، وكذا SOGECAP للتأمين على الحياة والرسملة والتابعة لمجموعة سوسيتي جنرال سوف يساهم من دون شك في تطوير التأمين المصرفي في الجزائر، ونظرا لصعوبة إقامة فروع خاصة بها في الجزائر قامت هذه المصارف بإبرام إتفاقيات الشراكة مع المصارف الجزائرية للإستفادة من شبكاتها وفروعها، ويمكن على سبيل المثال ذكر الإتفاقيات الموقعة بين بي أن بي باربا من فرعها كارديف الجزائر مع الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط والذي كلف بتوزيع منتجات التأمين الخاصة بشركة كارديف، كما يمكننا الإشارة الى الإتفاقية الموقعة بين AXA بنك التأمين الرائد في العالم وبنك الجزائر الخارجي BEA، فهذا النوع من الإتفاقيات في مجال التأمين المصرفي من شأنه العودة بمنافع على المصارف الجزائرية والتي سوف تستفيد من خبرة شركاتهم في نشاط التأمين المصرفي. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص109)

– مستوى تطور شبكة التوزيع المصرفي:

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 الإتصال بين المصرفيين والمستهلكين، والذي ينتج عنه زيادة فرص البيع، إن التقرب من العميل قوة لا يمكن الإستهانة بها، فهي من الأمور الأساسية لإقامة علاقة وتعزيز الثقة والولاء وقد قدرت شبكة المصارف العمومية خارج بنك الجزائر ب:1093 فرعا ووكالة بما في ذلك الوكالات الخاصة بالمصارف والمؤسسات المالية، فيما قدرت شبكة المصارف الأجنبية ب:152 فرعا سنة 2006 لتصل الى 194 فرعا سنة 2007 وهي في تزايد مستمر.

كانت آثار منافسة المصارف الأجنبية واضحة بالفعل، وذلك لأن المصارف العمومية وجدت نفسها مضطرة لتوسيع وتطوير شبابيكها للحفاظ على حصتها في السوق، وقد نتج عن هذه الحركة في تطوير

الشبكات المصرفية إنعكاس إيجابي على نمو قطاع التأمين المصرفي في الجزائر، من خلال توفير الخدمات المحلية ومحاولة التقرب من العملاء.(بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص110)

– ضعف الوساطة المالية:

إن البحث على مصادر جديدة للدخل لتعويض التدهور في المردودية الناتج عن تطور التمويل المباشر، وهو أحد أهم الأسباب التي دفعت المصارف الى الدخول الى سوق التأمين. لكن في الجزائر لا يشكل التمويل المباشر تهديدا عل النظام المصرفي الذي يبقى مهمشا، إلا أن هناك مشكلا مختلف تماما تواجهه المصارف الجزائرية يتمثل في ضعف معدل الوساطة المالية.

– تطور العروض المصرفية:

تميزت السنوات الأخيرة بظهور منتجات جديدة موجهة للأفراد، فآخر الأرقام المنشورة من قبل بنك الجزائر تؤكد ذلك والتي تشير الى أن 40% من القروض التي تقدمها المصارف موجهة للأفراد، وقد كان لهذا النمو تأثير إيجابي على أفاق تنمية التأمين المصرفي في الجزائر، فقد أرفقت المصارف مع هذه القروض منتجات التأمين على الموت لتغطية مبلغ القرض المتبقي في حالة وفاة المقترض.

كما أن هناك منتجات أخرى مرتبطة بالتأمين بدأت تعرف تطورا حقيقيا ومعتبرا في الجزائر، ألا وهي البطاقات المصرفية، بهدف جعل هذه الوسائل الجديدة للدفع أكثر جاذبية، حيث صارت المصارف تقدم لعملائها عند شراء هذه البطاقات ضمانات ضد خطر السرقة أو إساءة الإستخدام أو فقدان البطاقة كما أنه بإمكانهم تقديم منتجات تشتمل على بطاقات الدفع الدولية لتأمين السفر ويشمل منتجات تأمين منها ضمان تقديم مساعدة طبية ورعاية في حالة الطوارئ في الخارج، أو في حال وقوع حادث شخصي وضمان عودة الجثة الى الوطن مع مبلغ 1000000 دج في حالة الوفاة للأشخاص الذين يحوزون على البطاقة الذهبية.

هذه المجموعة من المنتجات المصرفية والتأمينية لا تسمح للمصارف بالحصول على عمولات فقط وإنما تتيح لها كذلك جعل منتجاتها أكثر جاذبية. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص111_112)

2. من جانب شركات التأمين:

لتوسيع قطاع التأمين المصرفي في الجزائر فإنه لابد من إشراك مؤسسات التأمين، التي سوف تسارع الى إبرام إتفاقيات مع المصارف في إطار التأمين المصرفي وذلك للأسباب التالية:

– سوق غير مستغلة:

يمكن تحليل وتقييم سوق التأمين من خلال مجموعة الأقساط المحصلة وكذا معدل الإنتشار والكثافة والتي نعتبرها على العموم مؤشرات جيدة، إذ أن تحليل السوق الجزائري يسمح لنا القول 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 والتأمين

المصرفي. فالوضعية الحالية للسوق يمكنها أن تلفت إنتباه شركات التأمين والمصارف الأجنبية وتشجعها على الإستثمار في السوق الجزائرية، لا سيما أن الجانب التنظيمي يساعد على دخول شركات التأمين الأجنبية للجزائر.

ومن أجل الوصول الى إنتشار واسع واختراق سريع للسوق فإن العديد من الشركات إختارت تحالفات وشراكات مع المصارف المحلية مستفيدة من شبكة وكالاتها الموجودة في السوق. ومثال ذلك إتفاقية الشراكة الموقعة بين الشركة الوطنية للتأمين saa والشركة الفرنسية macif التي تسعى الى تطوير التأمين المصرفي، وإنشاء شركة تابعة لها في قطاع التأمين من خلال إتفاقية أخرى.

إن إنشاء وتغلغل شركات التأمين والمصارف التأمينية الأجنبية سيسهم إسهاما كبيرا في تطوير التأمين المصرفي في الجزائر كما كان عليه الحال في الدول الأسيوية ودول أمريكا اللاتينية أين سمح بدخول المعاملين الأجانب فيها بغية بنمو هذا النشاط. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص113_114)

- هيمنة شركات التأمين العمومية:

حاليا يسيطر القطاع العام على ثلاثة أرباع السوق 74%، وكل شركة عمومية تسيطر على مصرف قبل خوصصتها سنة 1989، مثل الشركة الوطنية للتأمين الرائدة في فرع التأمين على السيارات والتأمين على الأفراد. ويقتصر التنافس بين شركات التأمين على أقساط التأمين المجمعة، حيث أنه لا يوجد شركة تتميز عن غيرها بسياسة نشطة في مجال العروض أو بنظام تعويضي خاص فالشركات كلها متشابهة وأسعارها غير تنافسية وتقربه. ولهذا إن إدخال منتجات جديدة لشركات جديدة الى سوق شاغرة غير مشبع من شأنه أن يسمح بتطوير سوق التـــأمين المصرفي في الجزائر.

- غيبة الوكلاء العامين:

عموما تفضل شركات التأمين الإتصال المباشر من أجل توزيع منتجاتها وهذا حتى تكون أكثر قربا من عملائها، وحتى تضمن تقديم أفضل الخدمات، فهي الشركات التي كانت تفضل إستخدام الوكلاء العامين من أجل عرض منتجاتها المختلفة. لكن حجم التعويضات التي تدفعها شركات التأمين للموزعين التقلدين، كان حافزا لها لإيجاد طريقة جديدة لتوزيع منتجاتها، ولتحقيق هذا الهدف إذ وجدت في التأمين المصرفي مصدرا جيدا لتخفيض حجم أعباء وتكاليف شركات التأمين. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص115)

- طبيعة سوق التأمين الجزائري:

يمكن القول أن سوق التأمين في الجزائر هو سوق تأمين إجباري، فالمستهلك 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 الإئتمان (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 إستنتاج الطابع الإلزامي للسوق الجزائري، أما عن تأمين الأشخاص فهو لا يزال في مرحلته الأولى والتي لا تمثل سوى 7%من حصة السوق الإجمالي.

3. على مستوى الاقتصاد الكلي:

– الإطار التشريعي للتأمين المصرفي:

إن التشريعات المتعلقة بالتأمين المصرفي وموقف السلطات فيما يتعلق بالتنمية له تأثير جد قوي على نجاح هذا النموذج في البلد، فمع صدور القانون 06_04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للقانون 96_07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات، أصبح التأمين المصرفي 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 بتطويره من خلال السماح للمصارف بتوزيع وبيع منتجات التأمين وإلغاء الفصل التام بين الأنشطة المصرفية والتأمينية. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص 116)

– الإطار القانوني للتأمين على الحياة في الجزائر:

حتى في سنة 2006 كان نشاط التأمين على الحياة محدودا بأحكام المرسوم 95_07 الذي لا يسمح للمؤمن له في حالة إكتتاب عقد تأمين على الوفاة من تعيين مستفيد. فالورثة فقط لهم الحق في الإستفادة من رأس المال الناتج عن العقد. فتعيين مستفيد من العقد كان لا فائدة منه، وقد تم إزالة هذا الحاجز بصدور القانون 06_04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للأمر 95-07 في 25جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات.

– النظام الضريبي على التأمينات على الحياة:

إن تطوير منتجات التأمين على الحياة والتأمين على الأشخاص والتي تشكل مصادر للمصارف يعتمد بشكل كبير على مزايا الضريبية الممنوحة لهم، فتقديم حوافز ضريبية من خلال تخفيض الضرائب على أرباح رأس المال أو الإعفاء عنها أمر ضروري لجعل هذه المنتجات أكثر جاذبية.

كانت اللوائح والقوانين التشريعية الجزائرية لا تقدم أي إمتيازات ضريبية يمكنها أن تعزز حجم الإكتتاب في عقود التأمين على الأشخاص، الذي يضمن لها تنمية مستقبلية ولكن إبتداءا من سنة 1996 إتخذت 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 افريل 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. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص117)

- مشاكل النظام التقاعدي:

إن هذا النظام نوعين من الأسباب تتعلق الفئة الأولى منها بكل أنظمة التعويضات التعاونية وهو أثر شيخوخة المجتمع، أي بسبب ديمغرافي، وزيادة معدل البطالة أي بسبب إقتصادي وكل الأثار التي تتسبب في تآكل نظام المعاشات التقاعدي.

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

فالفجوة الموجودة بين الإيرادات والنفقات في المعاشات التقاعدية. والحفاظ على مستويات المعاشات التقاعدية، فإن الدولة ومن خلال خزانتها العامة تتدخل 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. (بوعسلة بشرى، 2016/2015، ص118)

ثانيا: 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 الاستراتيجية لتوزيع المنتجات التأمينية وفقا لنموذج بنك التأمين الذي تم ذكره في المرسوم التنفيذي رقم 60 الصادر في 06اوث 2007، والذي يعتبر الاطار العام لكل عمليات الشراكة بين البنوك وشركات التأمين التي تدخل في إطار التأمين المصرفي، والتي كان الهدف الأساسي منها هو سماح المؤسسة التأمينية لمؤسسة البنكية بتوزيع المنتجات التأمينية لحسابها مقابل عمولات تقتطع من الأقساط التأمينية (راضية مصداع، عبد الحميد بن ناصر، 2020، ص 177.178)، وذلك وفق الجدول التالي:

الجدول رقم (2-1): 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 الالزامي 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.

ثالثا: أفاق التأمين المصرفي في الجزائر

تكمن أفاق التأمين المصرفي في الجزائر في النقاط التالية:

– العمل على إستحداث مراكز بحث في شركات التأمين لتطوير المنتجات التأمينية بما تتلاءم مع التركيبة الثقافية للمجتمع.

– العمل على تحسين الآليات والطرق التعويضية في وثائق التأمين لتحسين الإكتتابات في المنتجات التأمينية خصوصا.

– العمل على المزيد من التحرير لقطاع التأمين لخواص سواء كانوا وطنيين أو أجانب لتعزيز التنافسية للقطاع التأميني في الجزائر.

– العمل على تشجيع المنتجات التأمينية على الحياة المتوافقة مع ثقافة المجتمع السائدة وليس بفرض منتجات تأمينية لتعزيز القدرة على الحماية الاجتماعية.

– العمل على تكوين كوادر لها دور في تطوير ودعم قطاع التأمين في الجزائر، وجعله أكثر تنافسية وسوق يتمتع بالجاذبية.

– العمل على تعزيز الثقافة التأمينية في المجتمع الجزائري، وهو ما تقوم به شركة الوطنية للتأمين SAA عندما تقوم بنشر وشرح مفصل لمنتجاتها التأمينية في الجرائد اليومية.

– ضرورة التكامل بين شركات التأمين والمصارف للقيام بدور كبير في توزيع المنتجات التأمينية والمصرفية بطريقة حديثة. (بوعسلة بشرى،2016/2015، ص121_122)

المطلب الثاني: الإطار القانوني للتأمين المصرفي في الجزائر

لدعم تطوير التأمين ليكون أداة للتنمية الإجتماعية والإقتصادية في البلاد بإعتبار أن التأمين يسمح بتعبئة موارد التمويل اللازمة لتحقيق النمو على المدى الطويل، وبالنظر الى الوضع الحالي المتسم بالعولمة والتكتلات والإندماج السريع في السوق العالمية، وجب تقييم جيد للأخطار لتقوية الوضعية المالية لشركات التأمين، الأمر الذي يدعم ثقة المؤمنين، وفي هذا الإطار ولتدارك النقائص والإختلالات التي عرفها القطاع وسعيا من السلطات الجزائرية لتثمين وتنظيم موارد الشركات التأمينية، تمت مراجعة قانون التأمينات من خلال القانون 06/04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للأمر 95/07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 والذي يتمحور حول النقاط التالية:

– تحفيز النشاط: عن طريق تنويع المنتجات التأمينية والإستجابة لتطلعات المتعاملين وضمان حماية أكبر لحقوق المؤمنين وشفافية أكبر في التسيير.

– تدعيم الأمن المالي لشركات التأمين: من خلال وجوب توفر هذه الأخيرة على صلابة مالية جيدة ومسيرين أكفاء.

– إعادة تنظيم الجهاز الرقابي على التأمينات: من خلال إنشاء لجنة مستقلة للإشراف على التأمينات تحل محل الدولة (مديرية التأمينات _ وزارة المالية).

– دعم الحكم الراشد لشركات التأمين: من خلال عقود الأداء للمسيرين، ووضع آليات قانونية من شأنها ضمان تسيير فعال لمجالس إدارة شركات التأمين.

– تسريع عملية تحرير السوق أمام شركات التأمين الأجنبية.

– تنويع قنوات التوزيع: لضمان التنويع في قنوات التوزيع يمكن أن تباع المنتجات التأمينية من خلال قنوات أخرى غير شركات التأمين خاصة عن طريق الشبكة البنكية.

وفقا للقانون المصرفي المادة 75 من الأمر 03_11 في 26 اوت 2003 تم منح ترخيص للمصارف بممارسة أنشطة أخرى والمحددة من طرف القانون بشرط أن تكون مرخصة من طرف مجلس النقد والقرض. (شراطي نسيمة، العدد04–سبتمبر2015، ص85)

مما سبق نجد أن نشاط التأمين المصرفي أصبح ممكنا ممارسته في الجزائر وفقا لقانون التأمين بموجب المادة 53 من القانون 06_04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المتعلق بالتأمين والتي تنص على أنه:" يمكن لشركات التأمين توزيع منتجات التأمين من خلال البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية، والشبكات الأخرى للتوزيع".

وقد صدر بعد هذا القانون أمران تنفيذيان لتنظيم النشاط ويتعلق الأمر بالأمر 07_153 الصادر في 22ماي 2007 والذي وضع الشروط والظروف الازمة لتنويع منتجات التأمين من قيل 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 الى عملاء البنك. (شراطي نسيمة، العدد 04_سبتمبر 2015، ص 86)

المطلب الثالث: أهم الإتفاقيات بين البنوك ومؤسسات التأمين

نذكر في هذا المطلب أهم الإتفاقيات التي تبين العلاقة بين البنوك ومؤسسات التأمين وتتمثل في:

أولا: اتفاقية الشراكة بين الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP_banque) وشركة كرديف الجزائر (CARDIF_el djaziar):

إن فتح سوق التأمين لشركات 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 والإحتياط مع شركة التأمين cardif el djazair فرع مجمع

BNP paribas يوم 2008/03/25 في الجزائر العاصمة على إتفاقية شراكة تدخل تحت إطار التأمين المصرفي، يسمح بموجبها ببيع منتجات التأمين الخاصة بشركة كارديف عبر شبكات الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط، ويسعى الطرفان الى تمديد شراكتها من خلال إنشاء مشروع مشترك، ولكن كمرحلة أولى فإن شركة كارديف إلتزمت بتطوير منتجات مصممة خصيصا لعملاء الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، والمتمثلة أساسا في منتجات التقاعد ومنتجات الإدخار والتأمين على الحياة، فقد تم تحديد العديد من المنتجات التي تغطي تأمين القروض الخاصة بالصندوق الوطني للتوفير والإحتياط على الحياة وضد العجز على العمل أو البطالة، وسوف يتم التوسع الى منتجات الإحتياط والتوفير والتي تشمل خدمات التأمين على الحياة، حماية الحسابات، تأمين الأضرار والتأمين ضد الكوارث الطبيعية والأخطار المتعددة للسكن، كما وضع الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط شبكة متكونة من 206 وكالة وعملاؤه الذين يقارب عددهم 3 ملايين عميل تحت تصرف شركة كارديف الجزائر، مقابل إستفادته من تكوين لموظفيه وكذا من خبرات الشركة الفرنسية مع الحصول على تعويض مزدوج شريكها المتمثل 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 الى أن شركة كارديف هي شركة التأمين الوحدة ذات الأبعاد الدولية التي إعتمدت للعمل في الجزائر من خلال cardif el djazair وبالفعل لقد أطلق الصندوق الوطني لتوفير والإحتياط في 2009/07/01 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 الى ذلك في حالة العجز المطلق الدائم أو المؤقت دفع رأس مال للمكتتب معفى من الضرائب. (خضرة بن طويل، 2016/2015، ص42)

ثانيا: إتفاق الشركة الوطنية للتأمين SAA وبنك التنمية المحلية BDL:

لقد تم توقيع إتفاقية تدخل تحت إطار التأمين المصرفي يوم 2008/04/19 بين الشركة الوطنية للتأمين وبنك التنمية المحلية، حيث كانت أول مرة تتمكن من خلالها الشركة الوطنية للتأمين من توزيع منتجاتها عبر شبابيك هذا البنك، وأنه حان الوقت للحاق بها بتوقيع أكبر عدد ممكن من الإتفاقيات بين البنوك وشركات التأمين، من أجل النمو بهذا القطاع وقد تمحور الإتفاق حول توزيع المنتجات المعرفية جيدا: "التأمين على الأشخاص، تأمين السكن، أما منتج التأمين على السيارات فلا يدخل ضمن هذا الإتفاق لأن البنوك ليست مجهزة بما فيه الكفاية لتسويق هذا النوع من المنتجات". وتجدر الإشارة الى 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 شبابيك بنك التنمية المحلية.

فالأتفاقية الموقعة تقتصر في البداية على توزيع منتجات بسيطة عبر شبابيك التنمية المحلية المقترحة من الشركة الوطنية للتأمين، على أن يتم تطوير هذه الإتفاقية نحو مشروع مشترك مع شريك ثالث. (خضرة بن طويل، 2016/2015، ص43)

ثالثا: إتفاقية الشركة الوطنية للتأمين مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية

وقعت الشركة الوطنية للتأمين مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية يوم 2008/04/20 بمقر الشركة الوطنية للتأمين في الجزائر العاصمة، على إتفاقية شراكة تسمح بتوفير المنتجات المقترحة من قبل الشركة الوطنية للتأمين عبر شبابيك بنك الفلاحة والتنمية الريفية. تشمل هذه الإتفاقية توزيع منتجات التأمين المتعلقة بالمخاطر الزراعية كإحتراق المحاصيل والبرد والأخطار المتعلقة بجني المحاصيل، كما تشمل أيضا توزيع منتجات التأمين على الأشخاص ومنتجات التأمين المتعلقة بالسكن، و عقود التأمين تباع على مستوى شبابيك بنك الفلاحة والتنمية الريفية الموزعة عبر كامل التراب الوطني، حيث يستفيد من خلال هذه الإتفاقية بنك الفلاحة والتنمية الريفية من مبالغ تقدمها الشركة الوطنية للتأمين كتعويض عن إستعمال شبكته المصرفية، في توزيع منتجاتها وتدفع على شكل عمولات محسوبة بنسب مئوية على الأقساط المحصلة. ومن أجل ضمان أحسن تسويق لمنتجات التأمين فإن أعوان إكتتاب عقود التأمين على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية خضعوا لدورات تكوينية تنقسم الى قسم نظري يتم على مستوى مراكز التكوين التابعة للشركة الوطنية للتأمين وقسم تطبيقي على مستوى وكالاتها. (خضرة بن طويل، 2016/2015، ص43)

رابعا: إتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR مع البنك الوطني الجزائري BNA:

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 شبابيكه، حيث عرف تجسيد هذه الفكرة تأخرا كبيرا لكن أطلقت أول تجربة نموذجية يوم 2010/10/04 .

خامسا: إتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR مع القرض الشعبي الجزائري CPA:

في إطار تنمية وتطوير التأمين المصرفي، قامت الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR والقرض الشعبي الجزائر CPA بالإمضاء على إتفاق شراكة في ماي 2008، يسمح بإدخال وتسويق منتجات تأمين جديدة الى السوق، إذا إتفق الطرفان على أن يكون 2009/07/01 في الجزائر العاصمة تاريخ إنطلاق هذه المنتجات على مستوى ثلاث وكالات نموذجية تابعة للقرض الشعبي الجزائري والمتمثلة في وكالات: وكالة حيدرة، ديدوش مراد، ووكالة باب الزوار، وبموجب هذه الإتفاقية سيتم تسويق أربع منتجات كخطوة أولى والمتمثلة في: "التأمين ضد الأخطار المتعددة للسكن، والتأمين ضد الكوارث الطبيعية، والتأمين ضد خطر الوفاة المؤقت، وتأمين القروض". ليتم توسيع

مجموعة هذه المنتجات في مرحلة ثانية بإضافة منتج تأمين السفر الى الخارج، تأمين الجماعات وتأمين الحوادث الفردية والجماعية ووفقا لممثلي المؤسستين فإنه سوف يتم توسيع نطاق العمل وفق جدول زمني الى وكالات أخرى ليصل الى 54 وكالة، مما يتيح تغطية أفضل في أنحاء التراب الوطني، وتجدر الإشارة الى أن هذه العملية هي جزء من تنفيذ إتفاق تعاون موقع بين المؤسستين بتاريخ 2008/05/20، الذي أصبح ممكنا بموجب القانون 04/06 المؤرخ في 2006/02/20 المتعلق بالتأمين على الأشخاص والرسملة عن طريق إستخدام خيارات الإدخار الجذاب وتحسين نوعية الخدمات. (خضرة بن طويل، 2016/2015، ص44)

سادسا: اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR والشركة الجزائرية للتأمين الشامل CAAT وبنك الجزائر الخارجي BEA : لقد وقع بنك الجزائر الخارجي يوم 2008/05/11 في الجزائر العاصمة على إتفاقية مع الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR والشركة الجزائرية للتأمين الشامل CAAT، إذ يسمح هذا النوع الجديد من التعاون بين بنك الجزائر الخارجي وشريكيه التأميني بالوصول الى مجموعة كبيرة من المنتجات، وقد حدد كمرحلة أولى تسويق منتجات التأمين الكلاسيكية فقط عبر شبابيك البنك والمتمثلة: "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 الإتفاقية لشركة التأمين بتوزيع منتجاتها عبر شبابيك البنك، ما يوفر لهما مزيدا من الأرباح لإستخدامها في تطوير مشاريع أخرى. (خضرة بن طويل، 2016/2015، ص45)

سابعا: إتفاقية بنك البركة مع شركة السلامة للتأمين:

بتاريخ 2011/10/04 أعلن مدير التسويق على مستوى بنك البركة عن بداية تسويق بعض المنتجات التأمينية الخاصة بشركة السلامة على مستوى شبابيك البنك، وعلى مستوى خمس وكالات نموذجية كخطوة أولى لتجسيد الإتفاقية الموقعة بين الطرفين لتسويق منتجات تأمين إسلامية، ليتم الوصول الى 38 وكالة مع بداية سنة 2012 حسب بنود الإتفاقية.

وفي الأخير يمكن القول أن الهدف العام لهده الإتفاقية هو تكثيف شبكة توزيع المنتجات التأمينية من جهة، وتنويع مصادر الدخل للبنوك وشركات التأمين، وتسريح الأموال الكبيرة المحتجزة في الصناديق لعدم وجود إستراتيجية تنمية حقيقة قادرة على إيجاد فرص جديدة لتحريك السيولة. (خضرة بن طويل، 2016/2015 ص46)

المبحث الثاني: التأمين المصرفي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

المطلب الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية

اولا: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية من أقدم البنوك التجارية الجزائرية نشأ في إطار سياسة إعادة الهيكلة التي تبنتها الدولة، حيث ترتب عن إعادة هيكلة البنك الوطني ميلاد بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وفقا للمرسوم 82-106 المؤرخ في 17 جمادى الأولى 1402 هجري الموافق لـــ 13 مارس 1982 وذلك بهدف المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي وترقيته ودعم نشاطات الصناعات التقليدية والحرفية والمحافظة على التوازن الجهوي. وفي هذا الإطار قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتمويل المؤسسات الفلاحية التابعة للقطاع الاشتراكي، مزارع الدولة والتعاونيات الفلاحية، المستفيدون الفرديون من الثروة الزراعية، مزارع القطاع الخاص، تعاونيات الخدمات وكذلك الدواوين الفلاحية، والمؤسسات الفلاحية الصناعية إلى جانب قطاع الصيد البحري.

وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعد علم 1988 إلى شركة مساهمة ذات رأسمال قدره 2220000000 دج مقسما إلى 2200سهم بقيمة 1000000دج سهم الواحد ليرتفع في نهاية سنة 1999إلى 3330000000دج موزعا على 33000 للسهم مكتتبة كلها من طرف الدولة. ولكن بعد صدور قانون النقد والقرض في 1990/04/14 الذي منح إستقلالية أكبر، وألغي من خلاله نظام التخصص أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم به البنوك التجارية الأخرى، والمتمثلة في منح التسهيلات الإئتمانية وتشجيع عملية الإدخار، وكذا المساهمة في عملية التنمية حتى أصبح يحتل موقعا متميزا ضمن الجهاز البنكي الجزائري لا سيما وأنه الأكثر إنتشارا عبر التراب الوطني بما يفوق 300 وكالة مؤطرة بم يزيد عن 700 موظف في مختلف الإختصاصات بل وعلى المستوى الإقليم.

ثانيا: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

بنك الفلاحة والتنمية والريفية من وراء نشاطه في القطاع البنكي يسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المسطرة يمكن إيجازها في النقاط التالية:

- توسيع وتنويع مجالات تدخل البنك كمؤسسة بنكية شاملة.
- تحسين نوعية وجودة الخدمات البنكية بإستخدام أحداث التقنيات في هذا المجال.
- خلق تواصل وعلاقات قوية بين البنك والعملاء بإعتبارهم أصلا ثمينا من أصوله وفق المفهوم الحديث للتسويق، وكذا العمل على كسب ولائهم حاضرا ومستقبلا.
- تطوير العمل البنكي قصد جذب المزيد من الموارد والحصول على أقصى قدر من الأرباح.

وبغية تحقيق هذه الأهداف سعى البنك جاهدا لتهيئة الشروط اللازمة للإنطلاق في المرحلة الجديدة التي تتميز بتحويلات هامة نتيجة إفتتاح السوق البنكي أمام البنوك الخاصة المحلية والأجنبية، حيث قام هذا الأخير بإنشاء وكالات جديدة وبوسائل تقنية وأنظمة معلوماتية حديثة، كما بدل القائمون على البنك مجهودات كبيرة لتأهيل موارده البشرية وترقية الإتصال داخل البنك وخارجه مع إدخال تعديلات على التنظيم والهياكل الداخلية للتوافق مع المحيط البنكي واحتياطات السوق.

وإلى جانب هذا وقصد التقرب أكثر من العملاء، سعى البنك إلى إستحداث مصالح خاصة للتكفل بمطالبهم وإنشغالاتهم والحصول على أكبر قدر من المعلومات المتعلقة بإحتياجاتهم من خلال تحقيق هذه الأهداف يطمح بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأن يكون رائد في القطاع البنكي الجزائري.

ثالثا: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

- تنمية موارد واستخدامات البنك من خلال ترقية عمليتي الإدخار والإستثمار؛
- إنشاء خدمات جديدة مع تطوير المنتجات والخدمات القائمة؛
- تطوير شبكات ومعاملاته النقدية؛
- التقرب أكثر من ذوي المهن الحرة، التجار، والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة تلك الهادفة للنهوض بالقطاع الفلاحي والتنمية الريفية؛
- التسيير الصارم لخزينة البنك بالدينار والعملة الصعبة؛
- الاستفادة من التطورات العالمية المرتبطة بالنشاط البنكي.

وفي إطار سياسة القروض ذات المردودية يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

- تطوير قدرات تحليل المخاطر؛
- إعادة تنظيم إدارة القروض؛
- تحديد ضمانات متصلة بحجم القروض وتطبيق فائدة تتماشى وتكلفة الموارد؛
- تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء.

رابعا: التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية ميلة:

يعتبر مجمع بنك الفلاحة والتنمية الريفية مركز استغلال أنشأ سنة 2003 ويضم ويشرف على تسيير تسعة وكالات حاليا موزعة عبر تراب الولاية، بعد أن كان تابعا لمجمع قسنطينة للاستغلال قبل سنة 2003 وهو يشكل وحدة ربط بين الوكالات المحلية للاستغلال من جهة والمديريات المركزية من جهة أخرى ويكمن الدور الرئيسي للمجمع فيما يلي:

- يعتبر وسيط بين المديرية العامة للبنك بدر بالجزائر العاصمة والوكالات المحلية للاستغلال.
- يقدم الدعم التطبيقي واللوجيستي للوكالات التي يشرف عليها.
- يقوم بعملية التنسيق بين مختلف الوكالات.

– الرقابة والمتابعة لضمان تطبيق القوانين والتعليمات التي تحكم العمل البنكي على مستوى الوكالة التابعة له.

كما أن المجمع الجهوي للاستغلال لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بميلة أصبح يشرف على تسع وكالات موزعة عبر دوائر الملاية كما يلي:

جدول رقم: (2–2): وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية ميلة.

الرقم	الوكالات	رمزها
01	وكالة ميلة	843
02	وكالة فرجيوة	673
03	وكالة شلغوم العيد	833
04	وكالة القرارم قوقة	837
05	وكالة واد العثمانية	840
06	وكالة التلاغمة	841
07	وكالة وادي النجاء	842
08	وكالة تاجنانت	843
09	وكالة الرواشد	835

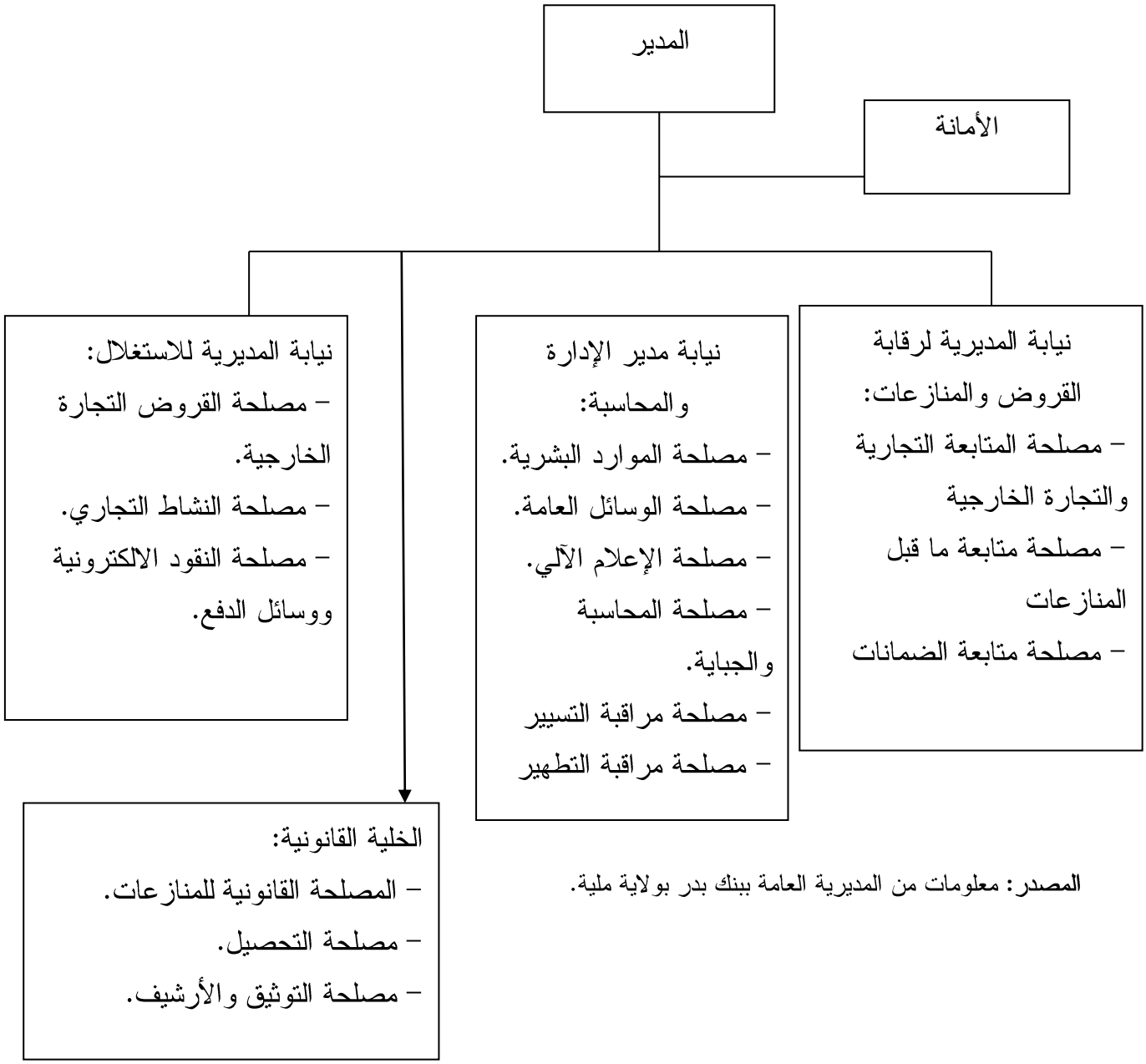
المصدر: wwwbadr-bank.dz، تاريخ الإطلاع: 2022/05/24.

يعتبر هذا المجمع الجهوي للاستغلال كوسيط بين الإدارة العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر العاصمة وبين الوكالات التسعة المتواجدة في دوائر ولاية ميلة، باعتبار هذه الأخيرة (الوكالات) مركزا للربح، حيث يشكل المجمع الجهوي للاستغلال مع وكالته التسعة وحدة استغلال. (wwwbadr–bank.dz، تاريخ الإطلاع: 2022/05/24).

الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية ميلة:

الشكل التالي يوضح الهيكل التنظيمي للمجمع الجهوي للاستغلال بنك الفلاحة والتنمية الريفية بميلة:

الشكل رقم:(2-1): الهيكل التنظيمي للوكالة



المصدر: معلومات من المديرية العامة ببنك بدر بولاية ملية.

يضم بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة مجموعة من المكاتب تعمل بالتنسيق مع بعضها البعض بذلك الهيكل التنظيمي للوكالة وفيما يلي يتجلى دور كل مصلحة:

1- **المدير:** يعتبر المدير المسؤول الأول في الوكالة وهو صاحب القرار في جميع الأعمال التي يقوم بها البنك، ولا يمكن للمكاتب الأخرى القيام بأي نشاط دون موافقته وتتلخص مهامه فيما يلي:

* الإشراف على تسيير الوكالة وتنظيم أعمالها.
* تطوير نشاط الوكالة وضمان مردودية عالية للبنك.

* السهر على تطبيق التعليمات والخطط والبرامج الواردة.
* السهر على لجنة القروض.
* توزيع المهام حسب الصلاحيات.
* إبرام جميع العقود الخاصة بالوكالة.
* الإمضاء على الوثائق الرسمية الخاصة بالبنك.
* تمثيل البنك أمام المديريات والهيئات الحكومية.

2- **الأمانة:** تعتبر همزة وصل بين الإدارة والموظفين أو الجمهور، وتتمثل مهامها في:

- استقبال الموارد والمصادر أي جميع الوثائق من جميع الوكالات في سجل خاص بالبريد الصادر والوارد.
- تنظيم مواعيد المدير.
- طبع جميع الوثائق التي يتعامل بها البنك.
- استقبال المكالمات الهاتفية.

أ- نيابة المديرية لرقابة القروض والمنازعات: من المهام الموكلة لها:

- متابعة القروض.
- دراسة الضمانات الخاصة بالقروض.
- متابعة الضمانات متابعة تجارية.

ب- نيابة مدير الإدارة والمحاسبة: تضطلع بالمهام التالية:

- الاهتمام بالعاملين من خلال العطل والمنح المقدمة لهم.
- توفير الوسائل الإدارية من مكاتب الإعلام الآلي (طابعات، أوراق) من أجل ضمان السير الحسن لمهام الوكالة.
- إعداد مختلف الميزانيات المحاسبية للوكالة.
- مراقبة الحسابات.

ج- نيابة المديرية للاستغلال:

-عرض مختلف أنواع القروض.
- تعتبر الجزء التسويقي للبنك من خلال القيم بإشهارات ودعايات للبنك، كذلك إلقاء الندوات.
- تطوير وسائل الدفع المختلفة ومواكبة التكنولوجيا الحاصلة في هذا المجال.

د- الخلية القانونية:

- متابعة الملفات ومختلف القضايا المتنازع عليها مع العملاء المتعلقة بالخروق القانونية، وعدم احترام بنود الاتفاقية ودفتر الشروط المتوقعة بين البنك والزبون والمستثمر.
- تسوية مختلف النزاعات القضائية على مستوى المحاكم.

– العمل المستمر على تحصيل الديون المتعلقة بذلك مع العملاء التي وصلت آجال إيقافها للدين وعدم دفعها.

***مصلحة القروض:**

سوف نتطرق إلى مفهوم مصلحة القرض التابعة لنيابة المديرية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة.

هي مصلحة تابعة لنيابة المجمع الجهوي للاستغلال ببنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة ميلة، إذ تتولى تقييم السلفيات والقروض والتسهيلات الائتمانية إلى الفلاحين والمزارعين بالإضافة إلى المؤسسات النشطة في هذا المجال، وذلك لدعم أنشطتهم الزراعية في مجال شراء البذور والأسمدة وعمليات الاستثمار، بالإضافة إلى شراء وتربية الدواجن والأبقار.

تضم هذه المصلحة ستة موظفين، 3 رجال، 2 نساء ورئيسة مصلحة، تتراوح أعمارهم من 26 إلى 36 سنة، حاملين شهادة ليسانس.

من نقاط قوة هذه المصلحة الخبرة والانضباط بالنسبة للموظفين، واستخدام التكنولوجيا، أما من ناحية نقاط الضعف مواجهة ضغوطات في بعض الأحيان بالنسبة لإقبال العملاء لمنحهم القروض.

أهمية ووظائف مصلحة القروض: لكل مصلحة أهمية ووظائف خاصة بها، ومن بين المصالح قمنا بتخصيص مصلحة القروض.

***أهمية مصلحة القرض:** تسعى الوكالة ولا سيما مصلحة القرض إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل فيما يلي:

– تطوير النشاط الفلاحي محليا.

– دعم الفلاحين في مختلف أنشطتهم.

– توفير التمويل اللازم للفلاحين في الوقت المناسب بالإضافة إلى تقديم تسهيلات.

***وظائف مصلحة القروض:** لقد أسندت للوكالة مهام ووظائف لا سيما مصلحة القروض للقيام بالأعمال في الوقت المناسب ومن بين هذه الوظائف ما يلي:

– منح القروض القصيرة الأجل والمتوسطة الأجل وطويلة الأجل مقابل ضمانات.

– دراسة ومتابعة ملفات خاصة بالقروض.

– توفير المعلومات اللازمة للمتعاملين حول طبيعة ونوع القروض المتوفرة داخل المصلحة.

– الاستشارة والدعم للوكالة التابعة للمجمع في مجال القروض.

***مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية ميلة:** يقوم البنك بالمهام التالية:

– النهوض بالقطاع الفلاحي وترقية النشاطات الفلاحية والقيام بمختلف العمليات المصرفية والاعتمادات المالية ومنح القرض.

- فتح الحساب بكل أنواعها للأشخاص العادية والمعنوية وأهم هذه الحسابات (الحسابات الجارية، وحسابات التوفير، دون التوفير وحسابات الشيك وغيرها).
- النهوض بالقطاع الفلاحي وترقية النشاطات الفلاحية والحرفية والقيام بمختلف العمليات المصرفية والاعتمادات المالية ومنح القروض.
- تنظيم جميع العمليات المصرفية في إطارها القانوني.
- العمل على استقراء وتطوير العلاقات التجارية مع الزبائن.
- خصم وتحصيل الأوراق التجارية.
- قبول الودائع من الشركات والأشخاص (الآجلة والفورية).
- يقوم بجميع عمليات الدفع ويتلقاها نقدا بواسطة الصكوك.
- إقراض الجماعات المحلية.

يؤدي مختلف العمليات المصرفية كالقروض القصيرة الأجل والمتوسطة وكذلك قروض الخزينة العمومية والتسبيقات على السندات العمومية.

- تمويل العمليات الخارجية.
- يقوم بقبول العمليات كالاستيراد والتصدير.

المطلب الثاني: منتجات التأمين المقدمة من طرف البنك وتحالفاته الإستراتيجية

إن خدمة التأمين المصرفي تندرج تحت إدارة البنك الرامية إلى تنويع وتوسيع تشكيلة المنتجات المقدمة إلى زبائن البنك، لذلك قام البنك ابتداء من سنة 2009، بعقد شراكات مع مؤسسات تأمينية بهدف تقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات التأمينية.

أولا: منتجات التأمين المقدمة من طرف البنك

نشاط التأمينات البنكية هو نشاط موجه أساسا إلى تنويع وتوسيع تشكيلة المنتجات المقدمة للزبائن، وفي هدا الإطار فإن بنك الفلاحة والتنمية الريفية أبرمة اتفاقيتين مع شركتين لتأمين لتسويق منتجات تأمينية لفائدة زبائن البنك عبر مختلف وكالاته البنكية، ومن بين المؤسسات التي تعاقد معها البنك نجد المؤسسة الوطنية لتأمين **SAA**، كما سوف نرى لاحقا هذه الاتفاقية تهدف إلى تحديد شروط التأمين على الحياة والمنتجات الزراعية. ويمكن تلخيص أهم المنتجات التأمينية في ما يلي:

1. **تأمين على الأنشطة الفلاحية:** ويمكن تلخيص أهم أنواع التأمين على المنتجات الزراعية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-3): أهم أنواع التأمين على الأنشطة الفلاحية

نوع التأمين	الخصائص والملاحظات
التأمين على المنتجات الزراعية	يوجه إلى الأخطار التي تقع نتيجة الحرائق في المحاصيل الزراعية
التأمين ضد الأمطار	يوجه إلى الأخطار الناتجة عن حجارة البرد التي تصيب الأشجار المثمرة وأزهارها
التأمين على أخطار حجارة البرد وحرائق	توجه أساسا لمحاصيل الحبوب والبقوليات
التأمين على البيوت البلاستيكية	سواء تأمين العتاد أو المحاصيل الزراعية جراء الأخطار المختلفة
التأمين على الأشجار الصغيرة	توجه إلى الأخطار التي تصيب الأشجار والكروم مثل العواصف، والبرد
التأمين متعدد الأخطار مصاحبة للاستغلال الزراعي	وتشمل أخطار الحرائق، العواصف، الفيضانات، أضرار المياه تعطل الآلات الكهربائية...
التأمين على الثروة الحيوانية	أخطار موت الحيوانات، الذبح بأمر من الطبيب، أو التسممات الغذائية
التأمين على تربية الدواجن	يوجه إلى حماية مدربي الدواجن من مختلف الأخطار التي تواجهها
التأمين على أشجار النخيل	توجه وتشمل أخطار الحرائق، العواصف، البرد، الأمطار، الحرائق...
التأمين على المعدات والآلات الزراعية	حماية المستثمر من مخاطر السرقة، والحوادث، وباقي الأخطار
التأمين على الأشجار المثمرة	حماية المستثمر من أخطار الحرائق، التفجيرات، الصواعق الرعدية، الفيضانات، العواصف.
التأمين على زراعة الخضر	الحماية المحاصيل من أخطار البرد، العواصف، الرياح العنيفة، الفيضانات، الرياح الساخنة.
التأمين على تربية النحل	تأمين مربوا النحل من أخطار الحرائق، الموت، السرقة العواصف والصواعق
التأمين على تربية المائيات	التأمين من أخطار أضرار المياه، الفيضانات، الزلازل....

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على موقع البنك.

2. تأمين على العقارات: يقدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية خدمات تأمين العقارات من الكوارث الطبيعية بهدف حماية المؤمن من مختلف تلك الأخطار كما أكد على ذلك القرار رقم 03-12 المؤرخ

في 26 أوث 2003، الذي ينص على ضرورة التأمين على الكوارث الطبيعية، ويقدم بنك BADR خدمات تأمينية على العقارات الثابتة والمتنقلة ضد حوادث الحرائق والزلازل، وأضرار المياه والسرقة.

3. التأمين على الأشخاص: يشمل التأمين على أي أدى جسدي أو الحوادث خلال رحلة سفر شخصية أو في إطار العمل إلى الخارج.

ثانيا: أهم التحالفات الإستراتيجية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالتعاقد مع مؤسستين للتأمين لغرض تنشيط وتوسيع شبكة خدماته وهما:

1. اتفاقية بنك الفلاحة والتنمية الريفية والشركة الوطنية لتأمين SAA

ويمكن تلخيص أهم ما جاء في محتوى الإتفاقية في ما يلي:

أ. الإطار المرجعي للاتفاقية: يتحدد الإطار المرجعي للاتفاقية وفق ما يلي:

- الأمر رقم 07/95 المؤرخ في 25 جانفي 199 المتعلق بالتأمينات.
- المرسوم رقم 07/ 153 المؤرخ في 22 ماي 2007 المحدد لشروط بيع منتجات التأمين من طرف البنوك.
- المقرر رقم 60 المؤرخ في 06 أوث 2007 والمحدد لأهم منتجات التأمين التي يمكن للبنوك والمؤسسات التي يمكن تبادلها وكذا المستوى الأقصى للعمولات.

ب. المواد المحددة للاتفاقية:

- المادة الأولى: موضوع الاتفاقية: موضوع هذه الاتفاقية هو تحديد العلاقة بين شركة التأمين (المؤمن) والبنك في إطار توزيع المنتجات التأمينية. وفي هذا الإطار يمكن للبنك اكتتاب عقود تأمين لصالحه ولحسابه.
- المادة الثانية: منتجات التأمين: تحدد هذه المادة منتجات التأمين التي يمكن للبنك بيعها وهي:
  - ✓ تأمين مخاطر السكن: وتتضمن:
    - ❖ التأمين متعدد المخاطر للسكن؛
    - ❖ تأمين أثر الكوارث الطبيعية على مخاطر الإسكان.
  - ✓ تأمين على المخاطر الفلاحية: وتتضمن أهم التأمينات المذكورة في العنصر السابق.

– المادة الثالثة: شبكة التوزيع: يتم توزيع منتجات التأمين من قبل الوكالات البنكية، حيث تعين الوكالات عون التأمين المكلف بالتأمين المصرفي. ويمكن لمؤسسة التأمين توقيف توزيع منتجات التأمين من طرف احدى الوكالات البنكية أو تغيير عون التأمين.

– المادة الرابعة: تقوم الوكالات البنكية بتوزيع منتجات التأمين ضمن الحدود الجغرافية نفسها التي تقوم فيها بنشاطها البنكي.

– المادة الخامسة: في إطار هذه الإتفاقية تمنح شركة التأمين للوكالة البنكية الصلاحيات التالية:

- ✓ اقتراح واكتتاب عقود التأمين؛
- ✓ تحصيل علاوة التأمين على عقود التأمين عند اكتتابها؛
- ✓ استقبال تصريح المخاطر والوثائق الثبوتية من أجل التعويض؛
- ✓ تقديم وصل التعويض للمستفيد من أجل التوقيع عليه؛
- ✓ منح شيك التعويض للمستفيد؛

إعلام المؤمن له بجميع المعلومات الخاصة بعقد التأمين من طرف عون التأمين.

– المادة السادسة: حدود التأمين: يحددّ البنك الحدود القصوى التي يمكن للبنك التأمين عليها بموجب هذه الإتفاقية كما يلي:

✓ تأمين مخاطر الإسكان تحدد القيمة القصوى للتأمين بـــ 5000000.00دج، أما الموجودات فتحدد بـــ 20000000دج.

✓ التأمين ضد الكوارث الطبيعية حدّها الأقصى هو: 50000000دج.

✓ التأمين الفلاحي:

- ❖ البرد والحرائق: الحد الأقصى 10000000دج؛
- ❖ التأمين متعدد المخاطر للبيوت البلاستيكية، النخيل، الشجيرات الحد الأقصى 5000000دج؛
- ❖ التأمين متعدد المخاطر للخضر، المؤسسات الفلاحية، والعتاد الفلاحي، حدّه الأقصى: 10000000دج.
- ❖ بالنسبة لتأمين الحيوانات (أبقار، أغنام، دواجن) يجب أخذ الموافقة المبدئية لتأمينها من مؤسسة التأمين.

– المادة السابعة: تحويل مبالغ علاوات التأمين: يلتزم البنك بتحويل مبالغ المحصلة والخاصة بعلاوات التأمين إلى شركة التأمين في أجل أقصاه 10 أيام بعد سدادها من طرف الزبون المؤمن.

– المادة الثامنة: في إطار هذه الإتفاقية يتحصل البنك مقابل على عمليات التأمين التي يقــوم بهــا يحسب كنسبة مئوية من علاوة التأمين المسددّة (الصافية)، وتتحدد هذه النسبة كما يلي:

- ✓ تأمين على مخاطر الإسكان 32%؛
- ✓ تأمين مخاطر الكوارث الطبيعية 05%؛
- ✓ التأمين الفلاحي بكل شعبه 10%

– المادة التاسعة: التزامات شركة التأمين: تتمثل التزامات شركة التأمين في ما يلي:

- ✓ القيام بتكوين أعوان التأمين الموظفين بالبنك؛
- ✓ تزويد الأعوان المكلفين باكتتاب التأمين بالبطاقة المهنية المحررة مــن طــرف جمعيــة شركات التأمين وإعادة التأمين؛
- ✓ تزويد البنك بالوثائق التقنية والتجارية اللازمة لتوزيع منتجات التأمين؛
- ✓ معالجة جميع طلبات البنك فيما يخص عقود التأمين والخدمات الأخرى وكذا المعلومــات التي يجب تقديمها للمؤمن؛
- ✓ عدم الاتصال المباشر بالمؤمنيين دون وساطة البنك.

– المادة العاشرة: التزامات البنك: تتمثل التزامات البنك في:

- ✓ وضع جميع الوسائل البشرية والمادية الازمة لإتمام الأعمال المتعاقد عليها مــع شــركة التأمين؛
- ✓ عدم توزيع داخل وكالات البنك منتجات تأمين تعود لمؤسسة أخرى؛
- ✓ عدم توزيع منتجات التأمين إلا من طرف أعوان التأمين اللذين استفادوا من تكوين في هذا الإطار والذين يملكون البطاقة المهنية؛
- ✓ الامتثال لتعليمات شركة التأمين فيما يخص شروط التأمين والأسعار وقواعد التأمين؛
- ✓ استعمال في اكتتاب عقود التأمين الوثائق الصادرة عن شركة التأمين؛
- ✓ المحافظة على الصورة التجارية لشركة التأمين خاصته فيما يتعلــق باســتقبال الزبــائن وحسن خدمتهم؛
- ✓ ارسال جميع الوثائق المتعلقة باكتتاب العقود إلى شركة التأمين؛
- ✓ الحصول على الموافقة المسبقة لشركة التأمين فيما يخص الإشهار والافتات والاعلانــات الترويجية المستخدمة من طرف البنك لدى الجمهور.

– المادة حاديا عشر: متابعة الإتفاقية: يحق لشركة التأمين القيام بعمليات مراجعة لسير عملية التأمين سواء بطلب من البنك أو بمبادرة من الشركة التأمين نفسها.

– المادة ثانية عشر: يلتزم الطرفي الاتفاقية بضمان سرية المعلومات الخاصة بالمؤمن أو المستفيد من عقد التأمين، وكذا الشروط الخاصة بطرق واجراءات تسعير عقود التأمين.

– المادة ثالثة عشر وحتى المادة عشرون: مواد متعلقة بالاتفاقية نفسها، سريانها، فسخها، تعديلها...الخ.

2. اتفاقية بنك الفلاحة والتنمية الريفية وشركة التأمين الصحي التعاوني AMANA

وهي تتضمن اتفاقية لتسويق خدمات التأمين الصحي على الأشخاص مثل: تأمين السفر، الحوادث، التأمين على الأطفال المتمدرسين، وتتواجد هذه الخدمات التأمينية في مختلف وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية ميلة مثل وكالة ميلة، شلغوم العيد، العثمانية، تاجنانت، وادي النجاء، فرجيوة، قرارم.

المطلب الثالث: تطور خدمات التأمين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

قدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية ميلة ثلاث أنواع من منتجات التأمين كما تم التطرق إليه من قبل وذلك بواسطة الاتفاقيتين المبرمتين مع شركات التأمين، وسوف نقوم الآن بدراسة إحصائية توضح تطور المبيعات البنك من منتجات التأمين وكذا تطور عدد الأشخاص المؤمنين بالبنك.

أولا: تطور عدد الأشخاص المؤمنين بالبنك

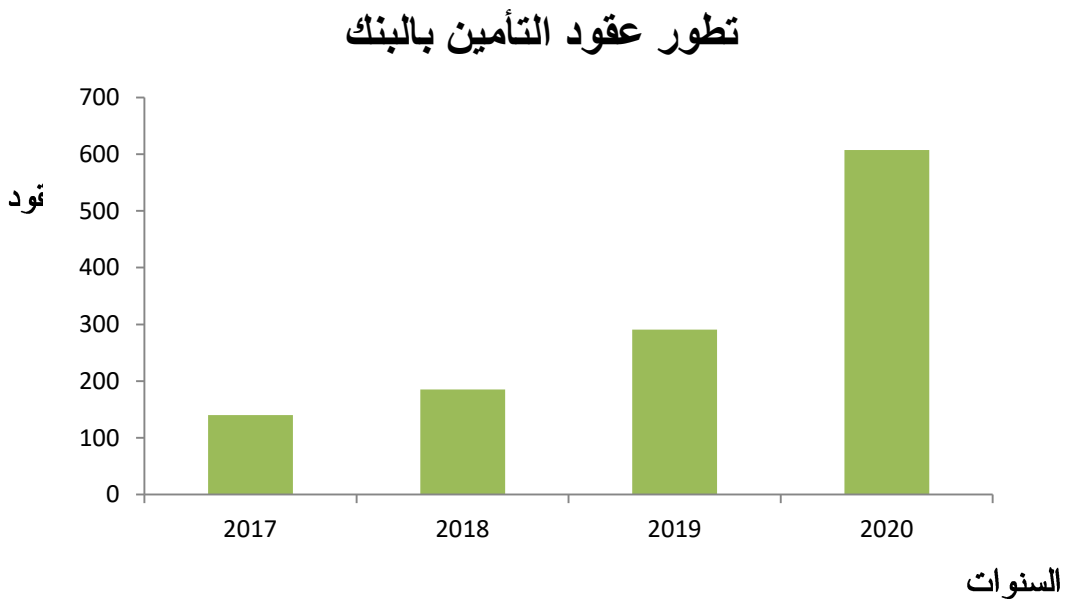
يوضح الجدول التالي عدد الأشخاص المؤمنين في البنك خلال سنوات محل الدراسة.

الجدول رقم (2-4): تطور عدد عقود التأمين بالبنك

السنة	عدد عقود التأمين
2017	140
2018	185
2019	291
2020	607

المصدر: وثائق البنك.

الشكل رقم (2-2): تطور عدد عقود التأمين بالبنك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على وثائق البنك.

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن عدد عقود التأمين في البنك خلال سنوات دراسة وهذا راجع إلى الجهود المبذولة من قبل البنك لتوزيع منتجات التأمين لمختلف الشركات المتعاقد معها، كما ترجع كذلك إلى التكوين النوعي للأعوان التأمين المعيين من قبل المؤسسات تأمين، والذين توكل إليهم مهمة إقناع الزبائن بالإقبال على منتجات البنك. كما نلاحظ زيادة معتبرة لعقود التأمين خلال سنة 2020، وهذا راجع لزيادة الأنشطة الترويجية حسب مسؤولي البنك.

ثانيا: تطور مبالغ التأمين بالبنك

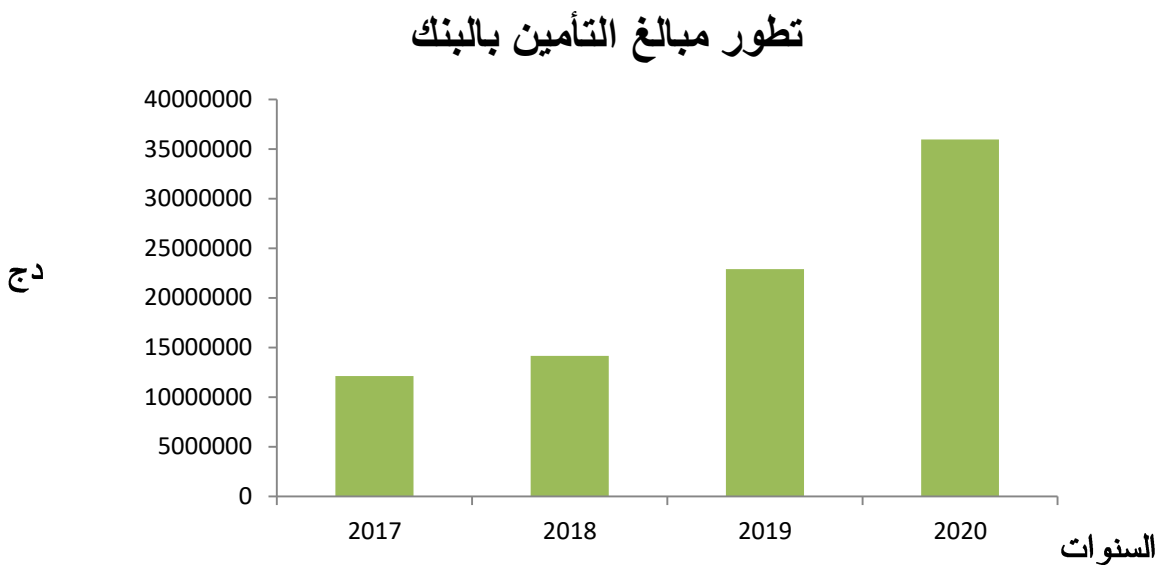
يوضح الجدول التالي مبالغ التأمين في البنك خلال سنوات محل الدراسة.

الجدول رقم (2-5): تطور مبالغ التأمين بالبنك الوحدة مليون دج

السنة	عدد مبالغ عقود التأمين
2017	12120817
2018	14175927
2019	22892339
2020	35948385

المصدر: وثائق البنك.

الشكل رقم (2-3): تطور مبالغ عقود التأمين بالبنك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على وثائق البنك.

نلاحظ كذلك من خلال هذا الجدول والشكل أن مبالغ المحصلة من عقود التأمين في ارتفاع مستمر، مما يضمن للبنك زيادة قيمة العمولات المحصلة من النشاط التأميني، حيث أن قيمة عقود تأمين تضاعفت بنسبة تفوق 30% السنوات الأربع للدراسة، وتعود دائما إلى زيادة الجهود الترويجية المبذولة من قبل البنك للتعريف بالمنتجات التأمينية في إطار استراتيجيات التحالف.

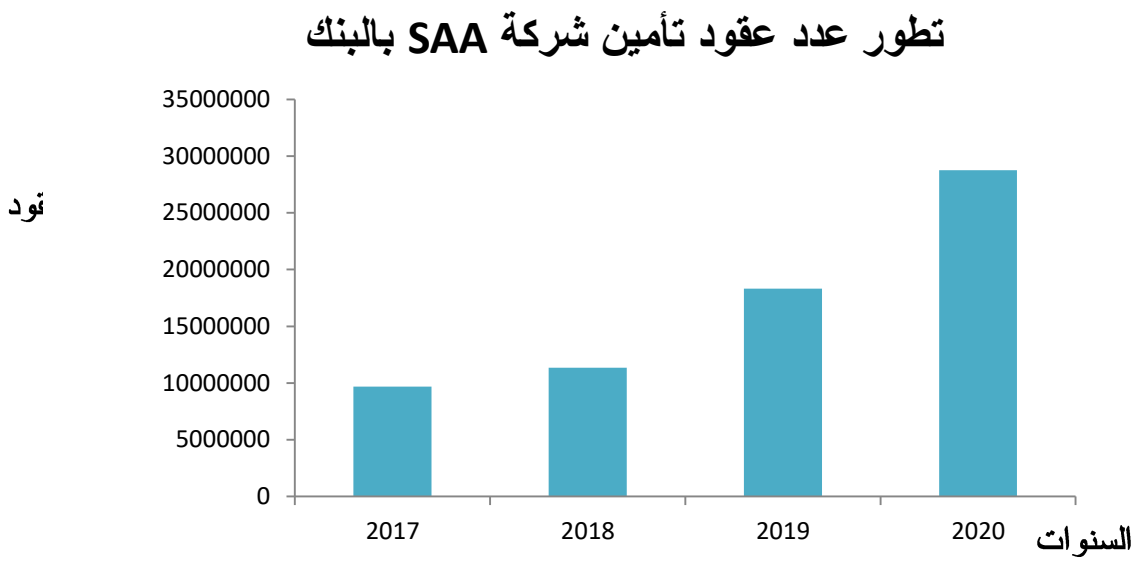
ثالثا: تطور عدد عقود تأمين شركة SAA بالبنك

الجدول رقم (2-6): تطور عدد عقود التأمين الخاص بشركة SAA

السنة	عدد عقود التأمين SAA بالبنك
2017	112
2018	145
2019	233
2020	486

المصدر: وثائق البنك.

الشكل رقم (2-4): تطور عدد عقود تأمين شركة SAA بالبنك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على وثائق البنك.

نلاحظ من خلال الشكل السابق أن عقود التامين للشركة الوطنية للتأمين في نمو مستمر لدى وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بميلة، وهو نفس الاتجاه بالنسبة لعقود التأمين بالبنك ككل، حيث حازت هذه الشركة على الحصة الأكبر من عقود التأمين بالبنك ويرجع ذلك حسب أعوان التأمين بالبنك لطبيعة المنتجات التأمين لهذه الشركة، والتي تلقى رواج من قبل الزبائن مثل التأمين على المنتجات الفلاحية، على عكس التأمين على الأشخاص الذي يبقى بالنسبة للجزائريين أقل طلبا من غيره من المنتجات التأمينية. هذا وقد شهدت سنة 2020 قفزة نوعية في عدد عقود التأمين راجعة إلى الجهود والتسهيلات التي يقدمها البنك في هذا المجال.

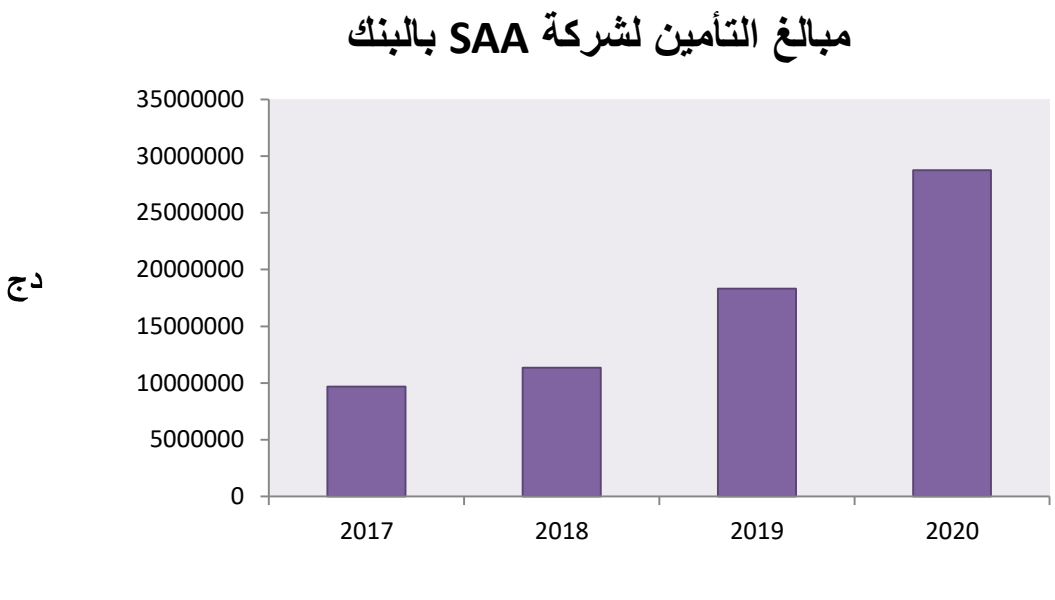
رابعا: تطور مبالغ المؤمنين لشركة SAA بالبنك

الجدول رقم (2-7): تطور مبالغ التأمين الخاص بشركة SAA الوحدة مليون دج

السنة	عدد مبلغ عقود التأمين شركة SAA
2017	9696653.6
2018	11340741.6
2019	18313871.2
2020	28758708

المصدر: وثائق البنك.

الشكل رقم (2-5): تطور مبالغ عقود التأمين الخاص بشركة SAA



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على وثائق البنك.

نستنتج من خلال هذا الشكل أن ارتفاع عقود التأمين أدى كذلك إلى ارتفاع المبالغ المحصلة من هذه العملية، مما ساعد البنك على جني علاوات أكبر من منتجات التأمين، وخاصة من منتجات هذه الشركة باعتبار التامين الفلاحي نشاط مزدهر في الوكالة نظرا لتقبله من طرف الزبائن من جهة، والتوجه الزراعي للمنطقة من جهة أخرى.

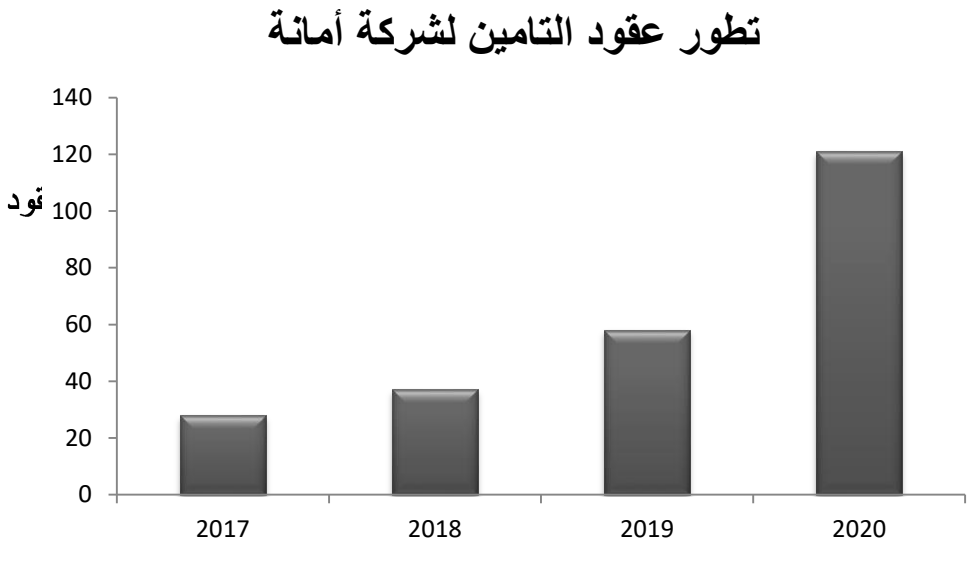
خامسا: تطور عدد عقود تأمين شركة أمانة بالبنك

الجدول رقم (2-8): تطور عدد عقود التأمين الخاص بشركة أمانة

السنة	عدد عقود التأمين SAA بالبنك
2017	28
2018	37
2019	58
2020	121

المصدر: وثائق البنك.

الشكل رقم (2-6): تطور عدد عقود تأمين شركة أمانة بالبنك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على وثائق البنك.

شهد عدد الأشخاص المؤمنين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة زيادة مستمرة خلال سنوات الدراسة، كما عرف قفزة قاربت نسبتها النصف خلال السنة الأخيرة، ويرجعه أعوان التأمين إلى زيادة الأخطار الشخصية وارتفاع الوعي في هذا المجال، بالإضافة إلى الجهود الترويجية التي يقوم بها البنك لدفع الزبائن لقبول مثل هذا النوع من المنتجات التأمينية. لأن أنه يبقى ضعيف مقارنة بالتأمين في المجال الفلاحي.

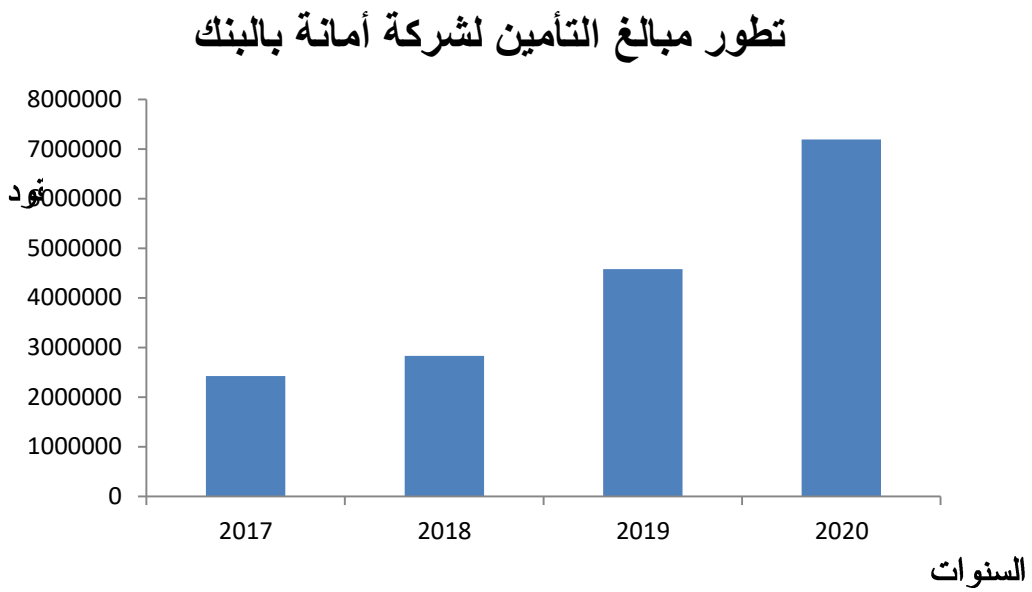
سادسا: تطور مبالغ التأمين الخاص بشركة أمانة

الجدول رقم (2-9): تطور مبالغ التأمين الخاص بشركة أمانة الوحدة مليون دج

السنة	عدد عقود التأمين SAA بالبنك
2017	2424163,4
2018	2835185,4
2019	4578467,8
2020	7189677

المصدر: وثائق البنك.

الشكل رقم (2-7): تطور مبالغ التأمين الخاص بشركة أمانة الوحدة مليون دج



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على وثائق البنك.

نلاحظ من خلال الشكل السابق أن المبالغ التي يحصل عليها البنك من التأمين على الأشخاص أقل مقارنة من التأمين على الموارد الفلاحية، رغم اتجاه التأمين على الأشخاص إلى زيادة سنة بعد سنة، إلا أن ذلك يواجه صعوبات ترجع بالأساس إلى ضعف الثقافة التأمين لدى الزبون الجزائري.

خاتمة

تناولنا في هذا الفصل بيئة التأمين البنكي في الجزائر من حيث الأطر القانونية والمراسيم التنظيمية. التي تحكم المؤسسات التأمينية والبنوك، مع توضيح مقدار العلاوات التي يحصل عليها البنك جراء القيام بعملية التأمين والمحددة في الجريدة الرسمية.

كما تم التطرق إلى واقع التأمين البنكي في بنك الفلاحة والتنمية الريفة وكالة ميلة، سواء من حيث التحالفات الإستراتيجية وبنوك الاتفاقيات المنظمة لها أو من حيث الدراسة الإحصائية للأرقام المسجلة، حيث اتضح لنا بأن البنك بدأ شيء فشيء يهتم بهذا النوع من الخدمات، بهدف توسيع المزيج الخدمي لديه وضمان موارد مالية إضافية.

الخاتمة

خاتمة عامة

انطلق موضوع البحث من إشكالية قوامها "دور التحالفات الاستراتيجية بين البنوك وشركات التأمين في نمو الخدمات التأمينية"، حيث تناولنا الدور الأساسي للبنوك باعتباره وسيطا بين شركة التأمين وعملاء المصرف. كما وضحنا أهمية التحالفات في نمو المنتجات التأمينية التي لم يلجأ لها المجتمع الجزائري من قبل على اعتبار أن قطاع التأمين يكاد يقتصر على تأمين السيارات.

هذا ويكتسي النظام المصرفي أهمية بالغة في مختلف المجتمعات والمنظومات الاقتصادية، ذلك نظرا للأهمية والدور البارز والفعال الذي تؤديه مختلف المصارف في تمويل القطاعات الاقتصادية وتدعيم وتنشيط مختلف النشاطات والمشاريع التنموية.

ويعتبر التأمين المصرفي استراتيجية من نوع قائمة على التحالف بين المصارف وشركات التأمين بحيث يتلخص هذا التعاون في تحقيق التوازن والتكامل بينهما في توفير خدمات أفضل للعملاء ونمو منتجات التأمين.

هناك إمكانيات عديدة لنجاح التحالفات الاستراتيجية بين البنوك وشركات التأمين وذلك للمزايا التي يمكن أن يحققها كل طرف الى الأخر كتسويق المنتجات التأمينية من خلال قنوات الاتصال المعمول بها في البنوك لتمتع البنك بقاعدة عملاء واسعة مقابل عمولة يحصل عليها البنك مقابل بيع هذه المنتجات التأمينية ، كذلك لابد من تبني استراتيجية 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 التي من شأنها إثراء الساحة المالية الجزائرية بمنتجات وأساليب إدارية حديثة ومتطورة. هذا وقد جاءت نتائج الدراسة على النحو التالي:

أولا: نتائج الدراسة النظرية

يمكن تلخيصها في ما يلي:

- يعتبر سوق التأمين من الأسواق التي بدأت تتسارع فيها المنافسة مما يتطلب آليات لمواجهة هذه المنافسة؛
- التحالفات الاستراتيجية هي شكل من أشكال التي تلجأ إليها البنوك من أجل توسيع شبكة خدماتها وتنويع الدخل من أجل مواجهة وتقليل المخاطر التنافسية؛
- تتعد أشكال التحالفات الاستراتيجية بدءا من الشراكة والتحالف لتوزيع المنتجات التأمينية وصولا إلى الاندماج والاستحواذ.

– تساهم التحالفات الاستراتيجية في تحقيق مردودية أكبر بالنسبة للبنك مما يسمح له من تخفيض التكاليف الثابتة وزيادة الأرباح؛

– تمنح التحالفات الإستراتيجية لمؤسسات التأمين قنوات توزيع جديدة تسمح لها بمضاعفة الحصة السوقية في سوق المنتجات التأمينية؛

– تساعد التحالفات الاستراتيجية المستهلك في اختيار بدائل متعددة في عملية شراء المنتج التأميني، وهذا يعطي للسوق نوع من الشمولية.

ثانيا: النتائج التطبيقية

تتمثل النتائج التطبيقية التي توصلت إليها الدراسة في:

– يعتبر سوق التأمين في الجزائر سوق تأمين إجباري فالمستهلك لا يلجأ إلى التأمين إلى في حالات التي تفرض عليه الدولة القيام بالتأمين لهذا يبقى سوق التأمين دون المستوى المطلوب؛

– تسعى الدولة إلى تنظيم سوق التأمين والتأمين المصرفي من خلال مختلف المراسيم والقرارات المنظمة لهذا السوق وخاصة المرسوم رقم 07/ 153 المؤرخ في 22 ماي 2007، والذي يحدد آليات التحالف بين البنوك ومؤسسات التأمين؛

– تشهد سوق التأمين الجزائرية عدة أشكال من الشراكة والتحالفات الإستراتيجية بين مختلف البنوك التجارية ومؤسسات التأمينية مما يمنح هذا السوق آفاق كبيرة للتطور في المستقبل؛

– يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية على غرار باقي البنوك إلى تطوير شبكة منتجاته لهذا فقد أبرم اتفاقيتين لشراكة مع مؤسسات التأمين بهدف توسيع خدماته المصرفية؛

– يضم بنك الفلاحة والتنمية الريفة تشكيلة واسعة من المنتجات التأمينية وخاصة في مجال التأمين الفلاحي الذي يعتبر قطاع استراتيجي؛

– تشهد منتجات التأمين للبنك نمو مستمر خلال السنوات الأخيرة وهذا بفضل مختلف الاستراتيجيات والتحالفات التي يقيمها البنك مع مؤسسات التأمين، بالإضافة إلى باقي الآليات والجهود الترويجية والتوزيعية الأخرى؛

ثالثا: التوصيات

مما سبق يمكن الوصول إلى التوصيات التالية:

– ضرورة زيادة الجهود سواء من قبل البنك أو مؤسسة التأمين لإقناع الزبون بالمنتجات التأمينية، وخاصة القطاعات التي تحتوي على مخاطرة كبيرة؛

– ضرورة الاهتمام أكبر من قبل الدولة بالقوانين والمراسيم التي تنضم سوق التأمين والتأمين المصرفي لضمان خلق منافسة شريفة بين مختلف المؤسسات؛

– ضرورة زيادة التحالفات من أجل دعم وتشجيع الزبائن على شراء المنتجات من خلال خلق المنافع الزمانية والمكانية للمؤمنين؛

– زيادة التعاون بين البنوك ومؤسسات التأمين في مجال المورد البشري وتكوين كفاءات قادرة على دعم وتنشيط التامين المصرفي؛

– محاولة الانفتاح على الأسواق الأجنبية من خلال التحالفات الاستراتيجية الدولية.

رابعا: آفاق الدراسة

نقترح مجموعة من المواضيع للدراسة ومعالجة في المستقبل منها:

– استراتيجية التحالفات في مجال التأمين المصرفي كمدخل لتعزيز الشمول المالي؛

– تأثير التحالفات الاستراتيجية في مجال التأمين على دعم واستمرارية الميزة التنافسية للبنوك؛

– دور التعاملات الرقمية في تنشيط التأمين المصرفي في البنوك التجارية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولا: باللغة العربية

– أسامة سنوسي، **"هيكل قطاع صناعة التأمين في الجزائر"**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجيستر في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد صناعي، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011/2010.

– بوعسلة بشرى، "**دور المصارف في بيع منتجات التأمين المصرفي في الجزائر"**، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير، تخصص علوم التسيير، البليدة02، 2016/2015.

– خضرة بن طويل، **"التحالفات الإستراتيجية بين المؤسسات البنكية والتأمينية لتحسين نظام ANSEJ دراسة حالة بنك الوطني الجزائري** " في العلوم الاقتصادية ، تخصص بنوك وأسواق مالية، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، 2016/2015.

– سمية كزاد، "**تسويق خدمة التأمين في السوق الجزائرية"**، دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين SAA ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص تأمينات، جامعة أم البواقي، 2014/2013.

–عادل زواغي، "**دور بنك التأمين في تنشيط القطاع البنكي الجزائري**" ، دراسة حالة بنك BADR ام البواقي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية بنوك، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، 2017/2016.

– بورغدة فاتح، "**تنويع منتجات التأمين وأثره على تطوير الاقتصاد الوطني خلال الفترة ما بين 1995-2020"**، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد التأمينات، جامعة البليدة02 ، 2020/2019.

– زاوش فاطمة،" **دور الاستثمار في التأمينات في تحقيق التنمية الاقتصادية دراسة حالة الجزائر"** ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد خدمات، جامعة الجزائر3 ،2015/2014.

– صونيا عابد، "**استراتيجيات التقارب بين البنوك الإسلامية وشركات التأمين "التأمين المصرفي: نماذج من الوطن العربي والجزائر**"، كلية الشريعة والإقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة.

– قنان إبراهيم، "**دروس في التأمين البنكي**" مطبوعة بداغوجية موجهة لطلبة ماستر مالية وبنوك والسنة الثانية ليسانس ، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي ، جامعة امحمد بوقرة بومرداس، 2017/2016.

– راضية مصداع ، عبد الحميد بن ناصر،" **واقع وتحديات صيرفة التأمين في الجزائر"**، مجلة المدبر المجلد07، العدد02، 2020.

- ناجم زينب، **"التحالفات الإستراتيجية بين البنك وشركات التأمين في توزيع منتج التأمين على الحياة"**، دراسة حالة CAAT/BEA بولاية المسيلة، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف–المسيلة– العدد17/2017 .

- شراطي نسيمة، "**التأمين المصرفي كنموذج للإبتكار في الخدمات**" ، جامعة المدية، المجلة الجزائرية للإقتصاد والمالية، العدد 04–سبتمبر2015.

ثانيا: باللغة الأجنبية

- Brophy, R. (2013). **Bancassurance: an insurance concept from a Irish perspective**. *Journal of Financial Regulation and Compliance*.
- Norman, L. (2007). **Making bancassurance work: matching global power to local knowledge**. International Journal of Bank Marketing.

الملخص

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على التحالفات الاستراتيجية كأحد الأساليب الحديثة المستعملة من قبل البنوك لتوسيع شبكة الخدمات التي تقدمها لزبائنها ومواجهة المنافسة المتزايدة في هذا السوق، ولمحاولة معرفة واقع هذه التحالفات في السوق الجزائرية قمنا بتطبيق على إحدى البنوك التجارية وهو بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة، وتوصلت الدراسة إلى أن التحالفات الاستراتيجية لهذا البنك سمحت بنمو وتعزيز شبكته الخدمية وزيادة رقم أعماله، ورغم هذا يبقى سوق التأمين المصرفي بحاجة أكثر إلى نصوص التنظيمية تعزز الثقة بين البنك والمؤسسة التأمين من جهة، والبنك والمؤمن من جهة أخرى.

الكلمات المفتاحية : التأمين المصرفي، التحالفات الإستراتيجية، المنتجات التأمين.

Abstract

The aims of this study to shed light on strategic alliances as one of the modern methods used by banks to expand the network of services they provide to their customers and to face the increasing competition in this market. The study concluded that the strategic alliances of this bank allowed the growth and strengthening of its service network and the increase of its turnover. Despite this, the bank insurance market remains in more need of regulatory texts that enhance trust between the bank and the insurance institution on the one hand, and the bank and the insurer on the other.

Keywords: Bank insurance, strategic alliances, insurance products.