الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة فرحات عباس سطيف-1-

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير

قسم العلوم المالية و الحاسبة

Ministry of higher education and scientific research

University Ferhat Abbes Setif-1-

Faculty of economics. Commerce and Management

مطبوعة بعنوان:

محاضرات في مقياس الوساطة في شركات التأمين

مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر تخصص مالية و تأمينات

من إعداد الدكتور: طباش جمال

- السنة الجامعية 2021-2022 -

بسم الله الرحمن الرحيم

«It is the duty of every man to give back to the world at least as much as he has received.»

(Albert Einstein 1879-1955)

قائمة الجداول و الأشكال:

قائمة الجداول:

الجدول رقم 1: عينة عن العمولات التي يتقاضاها الوكيل العام في مختلف فروع التأمين في الجزائر حسب القانون الأساسي للوكيل العام 341-95 المعدل و المتمم بالقانون 192-17 45

الجدول رقم 2: قائمة سماسرة التأمين و إعادة التأمين المعتمدين في الجزائر(2021) 60

الجدول رقم 3: المستويات القصوى للعمولات حسب المنتجات التأمينية 76

الجدول رقم 4: أساليب صيرفة التأمين في العالم 79

الجدول رقم 5:تطور رقم أعمال صيرفة التأمين حسب كل مؤسسة (بالمليون دج) 89

قائمة الأشكال:

الشكل رقم 1: قنوات توزيع الخدمات 14

الشكل رقم 2: أساليب توزيع خدمات التأمين 20

الشكل رقم 3: الحصة السوقية لصيرفة التأمين في الجزائر للفترة من 2011إلى2015 20

الشكل رقم 4: مساهمة صيرفة التأمين حسب فرع التأمين (تأمين على الحياة Life insurance والتأمين على غير الحياة Non life insurance) 88

الشكل رقم 5: تطور رقم أعمال بنك التأمين حسب المنتج للفترة 2011-2013 88

فهرس المحتويات

المحور الأول: توزيع خدمات التأمين La distribution dans l'assurance 8

المحور الثاني :الإطار القانوني و التنظيمي لنشاط الوساطة التأمينية Le cadre réglementaire et légal de l'activité de l'intermédiation en assurance 25

المحور الثالث: الوكلاء العامون Les agents généraux d'assurance 40

المحور الرابع: سماسرة التأمين Les courtiers d'assurance 60

المحور الخامس: صيرفة التأمين La bancassurance 75

مقدمة: تعتبر عملية اكتشاف الزبائن و المحافظة عليهم بإشباع حاجات المستهلكين و رغباتهم الحالية و المحتملة من تخصص علم التسويق، هذه الأخيرة تتسم بالتعدد و التجدد في نفس الوقت، و بالتالي فإن المؤسسة، بصفة عامة، تسعى للبحث عن الطرق الكفيلة بإشباعها من خلال عناصر المزيج التسويقي الأساسية (المنتوج، التسعير، الترويج، التوزيع). و يعتبر التوزيع حلقة الوصل المباشرة بين المؤسسة و محيطها الخارجي (موزعينDistributeurs، موردينFournisseurs، مستهلكينConsommateurs).

يرى العديد من المختصين في مجال التسويق أن التوزيع يمثل الوظيفة الأساسية للتسويق، لأن المنتجات العالية الجودة لا تتدفق من المنتجين إلى المستهلكين بطريقة تلقائية، بل لابد أن تتحرك من خلال قنوات التوزيع التي تتحقق من خلالها المنفعة المكانية و الزمانية.

اهتمت المؤسسة بوظيفة التوزيع وحظي باهتمام كبير في مجال التأمين، و رغم تأخر الاهتمام بتوزيع الخدمات مقارنة بتسويق المنتجات المادية، إلا أن الوعي بأهميته جعل مجال تطبيقه في توسع مستمر، فهو يشمل حاليا عدة مجالات، كمؤسسات النقل البري و الجوي إلى جانب البنوك و التأمينات.

قطاع التأمين الذي شهد تطورا و انتشارا كبيرا بالنظر إلى أهميته المتزايدة لدى الأفراد و المؤسسات و الاقتصاد ككل، جعله يتميز بالمنافسة الشديدة التي يمكن ملاحظتها من خلال العدد المتزايد لشركات التأمين و رغبتها في التوسع أكثر فأكثر. يتميز التأمين عن غيره من المنتجات بمجموعة من الخصائص التي تأثر بشكل أو بآخر على السياسات التسويقية للمؤسسة، فبالإضافة إلى طبيعته الخدمية ، فإنه ينفرد بمجموعة من الخصائص الأخرى المرتبطة بالنشاط التأميني في حد ذاته فضلا عن توجهه إلى أصناف مختلفة من الزبائن (مؤسساتEntreprises، أفرادParticuliers)، بالإضافة إلى تشابه منتجات التأمين، الأمر الذي يتطلب البحث عن وسائل تمكن المؤسسة من تميزها عن منتجات المنافسين.

طورت شركات التأمين قنوات توزيع خاصة بها يمكن اعتبارها كوسيط بين الشركة في حد ذاتها و المؤمن لهم. إلا أن التطور الذي شهده العالم مؤخرا في مجال الإعلام و الإتصال و شبكة الأنترنيت جعل من الإعتماد على الوسطاء في مجال التأمين طريقة تقليدية للتوزيع، وأصبح الجدل قائما على إمكانية الإستغناء عن الوساطة في مجال التأمين.October 8, 2022

بالنظر إلى الأهمية البالغة لمثل هذه المواضيع، بالخصوص في الآونة الأخيرة بعد أن ظهرت عدة قنوات و شبكات جديدة للتوزيع مواكبة التطور الذي شهده العالم في مجال تكنولوجيا الإعلام و الإتصال، ارتأينا أن نقدم للطالب الجامعي الباحث المتخصص في مجال التأمين و الممتهنين لمهنة التأمين (Les professionnels de l'assurance) على حد سواء، هذه المحاضرات التي تعتبر ثمرة جهدنا بعد عدة سنوات من تدريس هذا المقياس، إذ قمنا بجمعها في شكل مطبوعة تشمل خمسة محاور رئيسية كمساهمة منا لإثراء مكتبة الجامعة في هذا المجال و لتعم الفائدة، مع العلم أن ندرة المراجع في التأمين باللغة الغربية تعتبر من بين الصعوبات التي يعاني منها الطالب الباحث.

اعتمدنا في اختيارنا لمحاور المطبوعة على البرنامج الوزاري المعتمد للمقياس، وتم تنظيمها بعناية فائقة، مع الحرص الشديد على تقديمه للطلبة في قالب أكاديمي علمي يضمن إيصال المعلومة بطريقة سلسة وسهلة الاستيعاب بمراعاة التسلسل المنطقي للمعلومات. الغرض من دراسة المقياس هو التعريف وعرض خبايا نشاط الوكيل العام و سمسار التأمين الذي لا يقل أهمية حاليا عن نشاط شركات التأمين.

كما يهدف هذا المقياس إلى تعزيز و توسيع معارف الطالب في مجال التأمين من خلال إطلاعه على تفاصيل توزيع خدمة التأمين عبر الوسطاء، بالتالي يصبح أكثر إطلاعا على الجانب المهني للتأمين، والتحديات التي تواجه مهنة الوساطة التأمينية في الوقت الراهن (العولمة المالية La globalisation financière و تطور الرقمنةla digitalisation).

المحور الأول :

توزيع خدمات التأمين La distribution des produits d'assurance

تمهيد: يعتبر التوزيع آخر محور يمكن التطرق إليه في التسويق، فقنوات التوزيع اليوم لا يقتصر دورها على إيصال السلع و الخدمات إلى الزبائن، بل يتعداه إلى دعم القدرة التنافسية للمؤسسة من خلال ميزة تواجد و حضور المنتجات في جميع أرجاء السوق مقارنة بالمنافسين الآخرين.

أصبحت كل المؤسسات اليوم تهتم بتسيير قنوات التوزيع في كل الميادين بما فيها قطاع التأمين. و توزيع السلع و الخدمات لا يتم بشكل تلقائي، إنما لابد من الاعتماد على مجموعة من المتدخلين سوآءا كانوا أفراد أو مؤسسات، من أجل تحقيق إشباع حاجات و رغبات المستهلكين بتوفير السلع و الخدمات في الأوقات المناسبة و الأماكن الملائمة، و في نفس الوقت تحقيق هدف المؤسسة في البيع و تخفيض التكاليف.

للتوزيع أهمية بالغة و أهداف عديدة و يقوم بوظيفتين أساسيتين مادية و تجارية، كما أن له سياستين مباشرة و غير مباشرة، تقوم المؤسسة باتباع إحداهما أو كلاهما معا، و تربط المنتج علاقات مع وسطاء تستعين بهم في توزيع المنتجات بدافع مجموعة من الأسباب الضرورية، ويتم تسيير العلاقات مع الوسطاء من خلال عدة خطوات[1].

1. **أهمية التوزيع:** على الرغم من أن التوزيع لم يحظى بالعناية الكافية من جانب خبراء التسويق، إلا أنه على جانب كبير من الأهمية للأسباب التالية[2]:

- التوزيع يساهم بشكل كبير في خلق المنفعة المكانية والزمانية
- إن نسبة تكاليف التوزيع أصبحت تشكل نسبة مرتفعة من إجمالي تكاليف التسويق من ما يستوجب الاهتمام بتخفيض التكاليف على كل المستويات بما في ذلك عملية توزيع السلع و الخدمات.
- زيادة حدة المنافسة قد جعلت من الضروري العمل على تخفيض كافة بنود التكاليف بقدر الإمكان و العمل على تحسين الخدمة.
- التطور التكنولوجي في وسائل و أساليب التوزيع قد أتاح الفرصة لتحسين و تطوير أداء هذه الوظيفة التسويقية بصورة أفضل.

[1] عبيد محمد عنان و آخرون , التسويق ،National institut of planning ، 1998، مصر، ص 245
[2] عبيد محمد عنان و آخرون، مرجع سبق ذكره ص 377

- التوزيع يسهل على إدارة التسويق مهمة التخصص الجغرافي في تغطية و خدمة العملاء و الأسواق.

2. أهداف ووظائف التوزيع:

2. 1. أهداف التوزيع: ليس من السهل تحديد أهداف التوزيع بمعزل عن الأهداف العامة للمؤسسة و الأهداف الأساسية للبرنامج التسويقي المقترح. فنادرا ما تحدد المؤسسة أهدافا توزيعية منفصلة عن باقي الأهداف الأخرى[1]. و مع ذلك قد تكون هذه الأهداف واضحة و محددة في بعض المؤسسات الجديدة التي لا تزال في بداية عملها ونشاطها، أو المؤسسات القائمة التي تبحث عن أسواق جديدة لمنتجاتها، و يمكننا تلخيص أهداف التوزيع في نقاط أساسية كما يلي:[2]

- ✓ ترتيب و تحديد العرض و الطلب من خلال الوضعيات التي تسمح لكل من المستهلك بالحصول على السلع و الخدمات التي يحتاجها و كذا المنتج الذي يصرف منتوجاته.
- ✓ الزيادة من حصة المؤسسة من السوق الذي تتعامل معه عن طريق قنوات التوزيع، من خلال الزيادة في عدد الموزعين (الوسطاء)، من ما سيؤدي حتما إلى زيادة تدفق السلع و الخدمات إلى السوق و تحقيق درجة أكبر من الإنتشار و التواجد المكاني للمؤسسة.
- ✓ تخفيض التكاليف، كل نظام توزيع عبارة عن تكاليف تضاف إلى تكاليف التسويق الأخرى، لهذا يعمل التوزيع على تخفيضها مع الحفاظ على إيصال السلع و الخدمات بالكميات الكافية و بالنوعية المناسبة للزبائن.

2.2. وظائف التوزيع: تنقسم وظائف التوزيع إلى وظائف مادية ووظائف تجارية. فالأولى يقصد بها إيصال السلعة أو الخدمة للزبائن حسب المواصفات المرغوب فيها. تشمل الوظائف المادية الوظائف الزمانية و المتمثلة في الوقت الفاصل بين الإنتاج و الإستهلاك من خلال التخزين.

[1] S. Martin, J.P.Vedrine , Marketing :Les concepts-clés, Alger, Edition Chihab , 1996 , p 117.
[2] ناجي معالا، رائف توفيق , أصول التسويق " مدخل تحليلي , " عمان , الأردن ,دار وائل للنشر ,الطبعة الثانية، 2005، ص 245.

أما الوظائف التجارية فتشمل جميع الأنشطة المالية و المعلوماتية المقدمة للزبائن من خلال وسائل الإتصال المتاحة، إضافة إلى خدمات الضمان، التصليح و الصيانة، وتنقسم إلى وظائف التنقل و التحريك، و ظائف العلاقات، الوظائف التجريبية.

- النقل و التحريك: إيصال السلع و الخدمات بالكميات الكافية في زمن محدد
- وظائف العلاقات: إتصال متواصل، تنمية و تعزيز الثقة بين المنتج و المستهلك
- الوظائف التجريبية: خلق خبرات و تجارب للمستهلكين من خلال توفير سلع و خدمات جديدة و إعطائهم الفرصة لتجريب و تذوق المنتوج[1].

3. سياسات التوزيع: يمكن التمييز بين سياستين للتوزيع تقوم من خلالها المؤسسات بتوفير و توزيع السلع و الخدمات في المكان و الزمان المناسبين، و يتم ذلك من خلال اعتماد سياسة التوزيع المباشر أو باستخدام مجموعة من الوسطاء لإيصال السلع و الخدمات إلى الزبائن.

✓ **سياسة التوزيع المباشر:** هي عبارة عن قيام المنتج أو المؤسسة بتوزيع السلع و الخدمات دون الإعتماد على منشآت التوزيع المتاحة في الأسواق، وهذا يعني قيام المنتج بالإتصال بالزبائن مباشرة، دون الإعتماد على وسطاء. و من مبررات هذه الساسة في التوزيع:

1. ضمان تعظيم الأرباح من خلال إلغاء مشاركة الوسطاء، و بالتالي يمكن تخفيض الأسعار و تعزيز تنافسية منتجات المؤسسة.

2. رغبة المؤسسة المنتجة في الرقابة و الإطلاع المباشر على ظروف السوق و الإشراف على الجهود المبذولة لتسويق المنتوج لتقييم مدى فعاليتها.

3. الحصول على المعلومات المتعلقة بالسوق و المتغيرات التي يشهدها، أنماط سلوك المستهلك و الإطلاع على رد فعل الزبائن.

[1] J. P. Helfer, J. Orsoni, Marketing , Vuibert, 6ème édition , Paris , 2000, p115

بالرغم من كل هذه الإيجابيات إلا أن هذه السياسة المتبعة غالبا ما تكون مرفوقة بسياسة التوزيع الغير المباشر من خلال الوسطاء. يمكننا ذكر بعض طرق التوزيع التي تصنف ضمن هذه السياسة مثل:

- طواف رجال(أعوان) البيع (Les agents commerciaux)
- متاجر تجزئة يمتلكها المنتجون(La vente de détail)
- البيع بالبريد أو بالمراسلة(La vente par correspondance)
- البيع الآلي(La vente automatique) .....إلخ

✓ **سياسة التوزيع غير المباشر:** يتم تنفيذ هذه السياسة بالإعتماد على الوسطاء من أجل تصريف منتجات المؤسسات نتيجة لإتساع الأسواق التي يخدمها المنتجون و عجزهم على تغطية هذه الأسواق من خلال اتصالهم المباشر مع المستهلك. و توجد عدة أسباب أخرى تجعل الإستعانة بالوساطة رغبة ملحة[1]:

- محدودية القدرة المالية لتمويل برنامج شامل للتسويق المباشر، و التسويق بالإعتماد على الوسطاء بتكلفة أقل يمكن المؤسسة من تخفيض تكاليف التسويق.
- الجهد البيعي الكبير اللازم للتعريف بالمنتوج و هو من اختصاص الوسيط، فالخبرة و التخصص و الإتصال الدائم على نطاق واسع من خلال عملائهم يجعلهم يكتسبون هذه الميزة.
- البعد الجغرافي نتيجة لكبر حجم المؤسسات و ضخامة إنتاجها من ما يزيد من بعد المسافة بين المنتج و المستهلك، بالتالي فإن المؤسسة تحاول أن تتواجد على نطاق واسع بالقرب من زبائنها من ما يستدعي الإعتماد على وسطاء لتمثيلها في السوق.
- اعتبار الموزعين مورد خارج الميزانية في الوقت الذي ينظر إلى التكلفة المتزايدة باستمرار للتمثيل المباشر على أنها السبب الرئيسي لإعتماد بعض المنتجين على الوسطاء

كما يمكن ذكر مبررات أخرى إضافية و هناك من يصنفها في ما يلي:

- التقليل من الاتصالات و التبادلات: يقوم الوسطاء من تجار الجملة و التجزئة، سماسرة ووكلاء بالمساعدة على تبسيط عمليات الاتصالات بين المنتجين و المستهلكين. فإذا كان لدينا 5

[1] محمد فريد الصحن , قرآت في إدارة التسويق , مصر ,الدار الجامعية رمل إسكندرية , 1996 ,ص 248

منتجين و 5 مستهلكين يترتب عنه 25 اتصال، لكن بتدخل الوسطاء نحصل فقط على 10 اتصالات، فيترتب عن ذلك وفورات اقتصادية بتخفيض التكاليف و الجهد و الوقت.

- القرب من الأسواق: الوسيط يمثل مركز لجمع المعلومات على كل ظروف السوق.
- تقليل المخزون: نقل جزء من عبئ التخزين إلى الوسطاء، حتى تكون السلعة متاحة و تعظم من المنفعة الزمانية و المكانية.
- تقليل المخاطرة المالية: و ذلك بمجرد انتقال ملكية السلع المباعة إلى الوسطاء.

4. خصوصية التوزيع في مجال التأمين:

معالجة موضوع التوزيع في قطاع التأمين يستدعي الأخذ في الإعتبار أحد مكونات سلسلة القيمة في التأمين، توزيع الخطر، التسعير، تسيير عقود التأمين، تسيير الأضرار، العلاقة مع الزبائن، كلها تمثل الحلقات المكونة للسلسلة.

من هذا المنطلق يمكننا تحديد نموذجين: النموذج الأول و الذي يقوم فيه المؤمن بالإستحواذ على كل الحلقات المكونة للسلسلة إلى غاية التوزيع، مثل ما هو الحال بالنسبة لشركات التأمين دون وسطاء (Mutuelles Sans Iintermédiaires)، و وكالات البيع المباشر[1].

النموذج الثاني، أين المؤمن يترك إحدى الحلقات المكونة للسلسلة للموزع مثل الوكلاء العامون أو السماسرة.

توجد مجموعة من السمات التي تتميز بها الخدمات بصفة عامة و الخدمات التأمينية بصفة خاصة، و التي تجعل تسويقها يختلف بصورة جوهرية عن تسويق المنتجات الملموسة:

- الخدمة التأمينية شيئ غير ملموس، و يقصد بذلك عدم إمكانية المستهلك النهائي من تذوق هذه الخدمة، رؤيتها أو لمسها قبل شرائها، بالتالي فإنه يمكن أن الإعتماد على نموذجين:[2]
  - المنتج (مقدم الخدمة) ⟵ (المستهلك) المنتفع :

[1] M.C. DEBOURG et autres, Pratique du Marketing, Alger, Berti ,2ème édition, 2004, P 267

[2] هاني حامد الضمور , طرق التوزيع , عمان , الأردن , دار وائل للنشر , الطبعة الأولى2000 .

لأن الخدمة غير ملموسة , فإن الأنشطة الإنتاجية و البيعية المرتبطة بها تتطلب عادة أن يقوم المنتج بإستخدام الإتصال الشخصي المباشر للتعامل مع المستهلك , لهذه تستخدم قناة التوزيع المباشرة , مثل خدمات الرعاية الصحية ,الخدمات الشخصية كالحلاقين , البنوك التأمين ...الخ

- المنتج (مقدم الخدمة) ←——— وكيل ←——— المستهلك (المنتفع):

بينما التوزيع المباشر عادة هو الضروري لتأدية الخدمة , نجد أن لبعض المنتجين في علاقاتهم مع المستهلكين يستخدمون وكلاء من أجل القيام ببعض المهمات المرتبطة بالبيع و نقل الملكية من المنتج) مقدم الخدمة (إلى المستهلك) المنتفع بها (مثل : وسائل الإعلان التأمين, العقا ا رت , مثل هذه الخدمات يمكن إستخدام الوكلاء في توزيعها.

و بما أن قنوات التوزيع لا تطبق فقط على السلع الإستهلاكية و الصناعية , أي السلع الملموسة بل تمتد إلى الخدمات حسب ما يبينه الشكل الآتي:

الشكل رقم(1): قنوات توزيع الخدمات

المصدر : عبد السلام أبو قحف , أساسيات التسويق , مصر ,مؤسسة شباب الجامعة , الجزء الأ ول, . 2007 , ص631

- **عدم انفصال الخدمة التأمينية عن شخصية الفرد الذي يقدمها،** صعوبة الفصل في كثير من الحالات بين الخدمة و الشخص الذي يقوم بتقديمها، حيث غالبا ما يتم خلق الخدمة و تسويقها في نفس الوقت مثل ما هو الحال أيضا في مجال الطب و المحاماة، فالخدمة متعلقة بالشخص المقدم و الزبون في آن واحد، ولا يمكن تسويق نفس الخدمة في أجزاء أخرى من السوق.

- **عدم التجانس في تقديم الخدمات**، بمعنى آخر عدم القدرة على تنميط خدمة التأمين المقدمة لعدد كبير من الأفراد و المشروعات، فعلى سبيل المثال لا يمكننا تقديم نفس الخدمة بنفس الجودة في كل الرحلات في مجال الطيران، بالتالي يصعب التنبؤ بجودة أداء الخدمة قبل تقديمها، وهذا يتطلب جهد من المؤسسة لضمان مستوى معين من الجودة لخدماتها.
- **فنائية الخدمة التأمينية و تذبذب الطلب عليها**، يقصد بذلك تلاشي الخدمة بعد تقديمها و يترتب عن ذلك عدم القدرة على تخزينها في حالة عدم الإستفادة منها.
- **السلع تنتج، تباع ثم تستهلك، إلا أن خدمة التأمين تباع أولا ثم تنتج و تستهلك في نفس الوقت.**

إضافة إلى كل هذه الميزات فإن الطلب على الخدمات يمتاز **بالموسمية**، فقد يزداد في فترة زمينة معينة و قد ينخفض في فترات أخرى، وهذا يتطلب استراتيجية تسويق و تخطيط أولي لتوزيع الطلب بطريقة متجانسة عبر الزمن.

5. تخطيط الخدمات التأمينية:

كما ذكرنا سابقا فإنه يوجد ارتباطا وثيقا بين الخدمة و شخصية من يقدمها أو من يؤديها، بالرغم من ذلك فإن نشاط تخطيط الخدمة التأمينية لا يزال مهملا لدى الكثير من المنشآت و من ما لا شك فيه أن تسويق عقود التأمين يحتاج إلى مجهود شخصي كبير من قبل المنتج خلال و بعد بيع المنتوج، لهذا فإن هذا النشاط يستوجب المرور بعدة مراحل[1]:

- البحث عن العملاء(La prospection) : تعتبر عملية التنقيب عن العملاء المرتقبين الخطوة الأولى في سبيل الحصول على عملية التأمين، ويمثل تحديد أولئك الذين يمكن أن يشتروا ما يقوم المنتج بتسويقه مرحلة أساسية أثناء البحث عن العملاء و محاولة الإتصال بهم. فبالنسبة لمنتج التأمين الشامل على السيارات مثلا يمكنه الإطلاع على دفاتر بيع السيارات بمعارض السيارات أو سجلات المرور للحصول على البيانات

[1] A. DUVERDIER, F. CABARET, Les Clés de la Réussite dans la Distribution, Paris, ESF Edition, 1990, p 113.

المتعلقة بالعملاء المعتمدين ، وغالبا ما تكون هناك اتصالات و اتفاقيات مع منظمو هذه المعارض .

كما يمكن لشركة التأمين، و في نفس السياق، التعاقد مع المؤسسات المالية، الوكالات السياحية...إلخ

- مساعدة العملاء على اكتشاف الأخطار المعرضين لها: غالبا ما يكون الفرد غير واع بالأخطار المحيطة به، و من هذا المنطق تتاح للمنتج فرصة استخدام مهارته و خبرته في مساعدة العميل على اكتشاف هذه الأخطار.
- إقناع العميل بأهمية تغطية هذه الأخطار: يستوجب على البائع أن تكون لديه القدرة على الإقناع من خلال تحليل شخصية العميل آخذا بعين الإعتبار هرم الحاجات و القدرة الشرائية للعميل.
- دفع العميل إلى اتخاذ قرار إيجابي لشراء خدمة التأمين : تعتبر هذه المرحلة الخطوة الأخيرة للحصول على التأمين، بحيث لا تكتمل مهمة البائع عند عملية إقناع العميل و اتخاذ قرار إيجابي فقط، بل يجب بذل مجهود آخر إضافي لدفع العميل لشراء الخدمة التي تقترحها المنظمة التي يمثلها البائع. كما أن عملية المتابعة المستمرة لكسب رضا و ثقة العميل تعتبر من أهم المراحل في نشاط تخطيط الخدمة التأمينية، طبعا للحصول على بيانات موثوقة في ما يتعلق بمحفظة عقود التأمين و تجميع البيانات الصحيحة حول الأخطار المغطاة و تفادي العجز التقني.

6. **أساليب توزيع خدمات التأمين:** يمكننا التمييز مبدئيا بين أربعة أساليب لتوزيع خدمة التأمين:[1]

- **أسلوب البيع المباشر**: يختلف الكثير من المختصين في مجال التأمين في التمييز بين الأسلوب المباشر و الأسلوب الغير المباشر، فمنهم من يعتبر البيع المباشر و توزيع

[1] Assur info, Bulletin hebdomadaire n°6, « Canaux de distribution de l'assurance », Paris, 2014, pp15-33.

الخدمة دون التقاء مباشر بين المؤمن و المؤمن له، وهناك من يصنف فقط التوزيع عن طريق الوكالات و الشبابيك الخاصة بالشركة كأسلوب بيع مباشر.

يتلخص هذا الأسلوب في عملية بيع الوثائق مباشرة عن طريق المركز الرئيسي للشركة، و ذلك عندما تتم عملية اتصال المستأمن مباشرة بالشركة، عن طريق موظفيها، أو عن طريق مندوبي البيع المعتمدين الذين يمكن اعتبارهم أجراء بالشركة، إضافة على عمولة يتقاضونها لقاء تسويق خدمة التأمين معينة، ولا يجوز لهؤلاء الموظفين أو مندوبي الشركة أن يتعاونوا في عمليات تقديم وثائق تأمين لشركة أخرى. نادرا ما تعتمد شركات التأمين على نظام البيع المباشر عن طريق المركز الرئيسي فقط، وعادة ما ينتشر هذا النظام منفردا إذا كانت الشركة حديثة النشأة و ليس لديها أية فروع أو توكيلات بعد. الأصل في عملية البيع المباشر كان مرتبطا بالخدمة العمومية في مجال التأمين، إلا أن هذه الطريقة توسعت أكثر لتشمل القطاع الخاص و أصبحت تشمل:

- أسلوب الفروع: يتولى المركز الرئيسي للشركة عملية إنشاء مكاتب أو وكالات الإكتتاب المباشرة في مناطق جغرافية متعددة، عادة ما ترتبط بالولايات أو المحافظات المختلفة. يترأس الفرع مدير مسؤول يشرف على مجموعة من الموظفين و يخضع الفرع للوائح و القوانين العامل بها في المركز الرئيسي، وتشير الإحصائيات إلى أن نسبة الإكتتاب عن طريق هذه الوكالات المباشرة ضعيفة مقارنة بأساليب التوزيع الأخرى.

- شبابيك و مكاتب المؤسسات التعاونية و التعاضديات (Les mutuelles sans intermédiaires)، اشتهرت هذه الطريقة في توزيع خدمات التأمين منذ السبعينات في فرنسا بالخصوص، وصنفت ضمن أسلوب البيع المباشر، تسيطر حاليا على حوالي 33% من مجموع تأمينات الأضرار.
- شبابيك و مكاتب المؤسسات المالية الأخرى، يجسد هذا الأسلوب ما يعرف حاليا بصيرفة التأمين (La Bancassurance)، ظهر لأول مرة في الثمانينات ليشهد تطورا متسارعا، بحيث أكثر من 50% من خدمات التأمين على الحياة تسوق عن طريق شبابيك و مكاتب مفتوحة لدى المؤسسات المالية، و تسيطر على ما يفوق 12% من فرع تأمينات

الأضرار. بالنسبة للوكالات و المكاتب التابعة للمركز الرئيسي يمكن أن تكون متخصصة في توزيع منتوج محدد لتلبية فئة خاصة من الزبائن و ليس حتما توزيع كل منتجات الشركة. و يجب الإشارة إلى اختلاف تصنيف هذه الطريقة في توزيع خدمات التأمين، فالقوانين و التشريعات تختلف من بلد لآخر، حيث نجد من يصنف صيرفة التأمين كأسلوب مباشركما يمكن أن نجد من يصنفه كنوع من أنواع الوساطة التأمينية حسب الشروط التي تتضمنها الإتفاقيات.

- المنتجون الأجراء: و يعرفون أيضا بملاحقي العملات، يمكن اعتبارهم موظفين لدى مؤسسات التأمين، معظمهم مرتبط بمقر المؤسسة، أين يمكنهم العمل عند الوكلاء العامون أو السماسرة أو لدى المؤسسات المالية، ويتقاضون أجورهم حسب الصفقات المنجزة. فوظيفة المنتج الأجير تتلخص في عملية البيع، أما الإنتاج و التسيير فهو من اختصاص المركز الرئيسي للمؤسسة، الوكالات المباشرة أو الوكلاء العامون. تساعد هذه الطريقة في التعرف على حاجات الطلب بشكل أوضح، بالنظر إلى الإحتكاك المباشر بين المنتج و الزبون. كما يمكن تصنيف شبكات المستشارين ضمن هذه الطريقة في التوزيع باعتبارهم أجراء تابعين للمركز الرءيسي للشركة ، كون وظيفتهم تتلخص في الزيارات الميدانية للعملاء في مقر سكناهم أو عملهم، مجال تخصصهم يشمل برامج التقاعد، التأمين على الحياة، و البرامج الإدخارية.

شبكات المستشارة المشهورة و الأكثر نشاطا هي شبكة الإستشارة لـ Allaianz، AXA، Generali، AG2R-La mondiale. كانت شبكات المستشارين من قبل تنشط بحرية تامة لتصبح مؤخرا خاضعة للرقابة المستمرة من طرف المركز الرئيسي، فطورت ما يعرف حاليا بـ(CRM(Customer Relationship management)، Sale for automation، و هي عبارة عن برامج تعتمد عليها في أنشطتها المختلفة.

- المفوضين لدى الوكلاء العامون: يستعين الوكلاء العامون غالبا بخدمات المفوضين (Les mandataires)، زيادة عن مستخدميهم المباشرين، و ذلك لغرض استقطاب صفقات اكتتاب عقود تأمين جديدة، و لهذا يمكن اعتبارهم خاضعين لمسؤولية الوكلاء

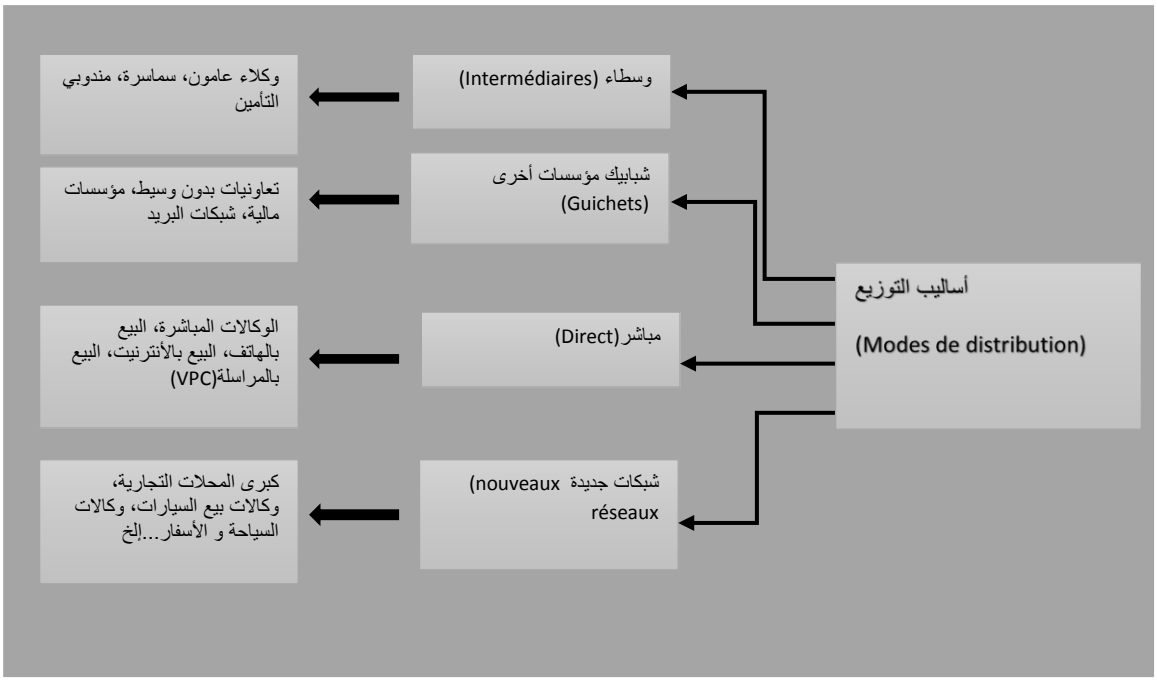
العامون، وليس لديهم أي ارتباط مع شركات التأمين ، وأجر المفوض من طرف الوكيل عبارة عن عمولة تمثل جزء من العمولة التي يتقاضاها هو يتنازل عليها لصالح المفوض.

- **أسلوب التوكيلات:** بمقتضى هذا النظام تتعاقد الشركة مع مكاتب أو أفراد بعقود توكيلات، وذلك لغرض تمثيل الشركة في منطقة جغرافية معينة، و يترأس التوكيل مندوبا عن الشركة في إدارة أعمالها مقابل عمولة. يلتزم الوكيل اتجاه الشركة بحد أدنى من الإنتاج السنوي يتناسب مع عقد الوكالة الذي عادة ما يكون سنويا في بعض البلدان و غير محدد المدة في بلدان أخرى. لا يخضع الوكيل المفوض للوائح و القوانين الداخلية المعمول بها لدى المركز الرئيسي للشركة. فالتوكيل يمثل نظاما لامركزيا في تفويض السلطة و المسؤولية، يمكن للوكيل المنتج أن يمثل أكثر من شركة واحدة، و يتقاضى عمولة على العمليات و الوثائق التي تصدر عن طريقه و بإسمه، إضافة إلى نسبة المشاركة في النتائج التقنية للمحفظة المسيرة. مكافأة الوكيل يجب أن تكون كافية لتغطية كافة تكاليف الكراء، الأجور، المصاريف العامة .....إلخ.

يخضع نشاط الوكيل العام إلى قوانين و قرارات يتضمنها قانون التأمينات و قد تختلف من بلد إلى آخر، كما ظهرت منظمات خاصة بهم أنشأت لغرض تنظيم أنشطتهم مثل FNSAGA في فرنسا، ANAGA في الجزائر.

- **أسلوب السماسرة:** يعتبر السماسرة ممثلين و مفوضين من طرف المؤمن لهم، فعكس الأعوان العامون ليس لديهم أي ارتباط أو عقد سمسرة أو وكالة مع شركة تأمين محددة. لكنهم يكتفون بالحصول على ترخيص لمزاولة مهنة السمسرة من طرف هيئات الإشراف و الرقابة، هذا الترخيص يخول لهم مهمة مزاولة المهنة لحساب اية شركة تأمين يختارها العميل. فالسمسرة اشبه بمهنة التجار الأحرار، ويمكن التمييز بين عدة أنواع من السماسرة:

الشكل رقم (2): أساليب توزيع خدمات التأمين



المصدر: من إعداد الباحث.

كبار السماسرة، السماسرة العامون و المختصين، السماسرة البائعين بالجملة، سماسرة إعادة التأمين.، في كل نوع من السمسرة الخدمات المقترحة و نوع الزبائن المتعامل معهم يخضعون لإستراتيجيات خاصة. مكافأة السمسار عبار عن عمولة يتقاضاها من زبائنه.

- **الشبكات الجديدة (Les nouveaux réseaux)**:[1] الغرض الأساسي من ظهور هذا الأسلوب في توزيع خدمات التأمين هو التخفيض من التكاليف. ارتبط ظهور هذا الأسلوب بتطور تقنية البيع المباشر في السبعينات، يتلخص هذا الأسلوب في استعمال وسائل الإتصال الحديثة في توزيع خدمات التأمين مثل:

- البيع عن طريق الهاتف: تم تطوير هذه التقنية في التسعينات، و تخص فرع التأمين على السيارات ثم تأمين البنايات، لتشمل بعد ذلك التأمين الصحي، إلا أن نسبة مساهمتها في التوزيع بصفة عامة تبقى ضعيفة تقارب 2%، من بين الهيئات المختصة في هذه التقنية لتوزيع خدمات

[1] Revue Sigma n°2/2014, « la distribution digitale dans l'assurance, une révolution tranquille », Swiss Re, Genève, 2014, PP 5-25

التأمين (Direct assurance (AXA، Eurolife (Aviva)، NEEX(MAAF)، Autofirst(Courtier).

- البيع عن طريق الأنترنيت: مؤخرا تم إنشاء عدد كبير من مواقع عديدة لبيع المنتجات في جميع المجالات بداية من منتصف التسعينات، هذه الظاهرة التي عرفت بفقاعة الأنترنيت (la bulle d'internet) التي انتهت بانفجارها و إفلاس الكثير من المؤسسات لتغلق الكثير من المواقع، إلا أنه في عام 2006 ظهرت هذه التقنية من جديد كأسلوب بيع مباشر و على غرار سوق التأمين الأمريكي فإنه حوالي 3% من العقود التي تم بيعها عام 2010 في فرع التأمين على الحياة تمت عن طريق الأنترنيت.

كما ظهرت منضمات للسماسرة مختصة في البيع عن طريق الأنترنت مثل : Synphonis، Boursorama، Altaprofits، ING direct-Vie، إضافة إلى مؤسسات أخرى مختصة في بيع عقود التأمين في فرع تأمينات الأضرار مثل: (Allianz et AGF) Allsecur.fr، Idmactif.fr، Swisslife-direct، Pay as you drive، Amaguiz.com (Groupama)...إلخ.

- البيع بالمراسلة (Vente par correspondance): و ذلك عن طريق إرسال الملصقات الإشهارية و الإعلانات و كل ما يخص المؤسسة و منتجاتها المقترحة. ويبقى رقم الأعمال المحقق الخاص بهذه التقنية ضعيف جدا مقارنة بالتقنيات الأخرى. هذه التقنية تعتبر من اختصاص :

البائعين التقليديين (Les vépécistes traditionnels) المتعاقدون مع المؤمنين، السماسرة البائعين بالجملة، و التعاونيات مثل:Les trois swiss، AIG vie-direct، France loisir...إلخ.

فروع تابعة لشركات التأمين مثل : Arcalis التابعة لـ AGF. و الفروع التابعة للتعاونيات دون وسطاء التي تحقق نسبة كبيرة من رقم أعمالها عن طريق البيع بالمراسلة (ما يقارب 75%من رقم أعمالها)، مثل GMF-vie، Parnasse-Maif.

- وكلاء المؤسسات المختلفة: تلجأ شركات التأمين إلى إبرام اتفاقيات لتوزيع عقود التأمين التي لها علاقة بنشاط الوكالات المتعاقدة معها، مثل وكلاء بيع السيارات، وكالات السفر والسياحة،

مؤسسات النقل، التعاونيات الصحية. أصبحت هذه الطريقة أكثر انتشارا في أوروبا و أمريكا و اعتمدت هذه التقنية شركة Trust في الجزائر بعقد اتفاقية مع وكيل السيارات TOYOTA. و غالبا ما تتم العملية بتدخل سمسار التأمين، من بين المختصين في هذه التقنية: شركة ALTIMA بمساهمة MAIF بـ80%، MACIF و MATMUT، و التي تم إنشاؤها بطلب من شركة Peugeot، Renault، Nissan، Audit، Volkswagen في عام 2000، السمسار ID assur المتعاقد مع Opel، KIA، HONDA، Saab، Fiat، Lancia، Alfa-Romeo.

- التوزيع عن طريق المساحات الكبرى للبيع (Les hypermarchés): تلجأ شركات التأمين إلى كبرى الأسواق و المحلات التجارية للتسويق المباشر لخدماتها. المحلات التجارية Carrefour في فرنسا كانت السباقة لإقتراح خدمات التأمين على السيارات و البنايات. كما يمكن ذكر شركة CARMA على سبيل المثال التي تم إنشاؤها مناصفة بين MMAو AXA، مختصة في توزيع خدمات التأمين على الأضرار.

خلاصة: تعتمد المؤسسات في عملية تسويق منتجاتها على قنوات التوزيع الموجودة أو تقوم بتطوير قناة توزيع جديدة لتحقيق خدمة أفضل لعملائها الحاليين، أو للوصول إلى عملاء جدد أو لتحقيق تفوق على المنافسين. و تحدد الأنواع الرئيسية لقنوات التوزيع وفقا للتصنيفات الرئيسية للسلع و الخدمات المتعارف عليها مثل السلع الإستهلاكية , و السلع الصناعية , و الخدمات.

من ما سبق اتضح بأنه لا يمكن لأية مؤسسة قائمة أن تواصل عملية توزيع منتجاتها بنفسها في حالة رغبتها في التوسع في عملية الإنتاج و الرفع من تنافسيتها و هذا راجع لعدة أسباب تم ذكرها بالتفصيل، وهذا ما يبرر تدخل عدة أنواع من الوسطاء تكون وظيفتهم الأساسية توزيع المنتوج نيابة عن المؤسسة.

في مجال التأمين تكون عملية التوزيع عن طريق الوسطاء أكثر تعقيدا بالنظر إلى طبيعة عملية التأمين ونوعية خدمة التأمين. فنشاط الوساطة في مجال التأمين حساسا جدا بحيث يخضع لعدة قوانين تقنية تمثل الجانب الفني أو التقني للتأمين و الذي يتطلب معارف مسبقة في مجال تسيير الأخطار، بغض النظر عن اللوائح و القوانين التنظيمية، الذي بدوره يستدعي اطلاعا واسعا على هذه المعطيات التنظيمية و القانونية و التي تختلف، طبعا من بلد لآخر، لهذا الغرض تم تخصيص المحور الثاني لهذا الجانب مع التركيز على حالة سوق التأمين الجزائري.

المحور الثاني:

الإطار القانوني و التنظيمي لنشاط الوساطة التأمينية Le Cadre réglementaire et légal de l'activité de l'intermédiation en assurance

تمهيد: قبل الدخول في تفاصيل الوساطة في مجال التأمين يجدر بنا أن نستعرض أهم المتدخلين في سوق التأمين و أنواع وساطة التأمين، و قد تختلف هذه الأنواع، طريقة تصنيفهم و العلاقة القانونية التي تربط بينهم من دولة إلى أخرى حسب التشريعات و اللوائح القانونية التي يتضمنها قانون التأمين.

يحدد قانون التأمين الجزائري إطار مؤسساتي منظم كما يلي[1]:

1.نظام التأمين في الجزائر:

1-1 وزارة المالية: أعلى هيئة نجدها في قمة هرم نظام التأمين في الجزائر ممثلة بمديرية التأمينات، تعتبر الجهة المانحة للإعتماد و التسريح لشركات التأمين و إعادة التأمين الراغبة في مزاولة نشاط التأمين في الجزائر.

تمثل هذه الوزارة أيضا الجهة المعنية لمنح الإعتماد لإنشاء منظمات أو جمعيات مهنية للأعوان العامون و سماسرة التأمين. كما تحدد الوزارة الوثائق اللازمة التي يجب تقديمها للمجلس الوطني للتأمينات. بالنسبة للطعون يمكن تقديمها لدى مجلس الدولة في حالة رفض الوزارة منح الإعتماد.

2-1 الإطار المؤسساتي المكون من ثلاثة هيئات:

- **المجلس الوطني للتأمينات** (Le conseil national des assurances): الذي يعتبر كهيئة تنظيمية، استشارية وتنسيقية بين مختلف الهيئات الأخرى(لجنة مانحة للإعتماد، مسؤولة عن التسعيير، و لجنة تنظيم قانونية)
- **الهيئة المركزية للأخطار**(La centrale des risques): متواجدة على مستوى وزارة المالية، مهمتها الأساسية ضمان الرقابة المستمرة للأخطار القابلة للتأمين و تجميع كل البيانات المتعلقة بعقود التأمين
- **لجنة الإشراف و الرقابة** (La commission de supervision des assurances): مهمتها الرقابة و السهر على مدى احترام المتدخلين الأساسيين في قطاع التأمين للتنظيمات و اللوائح القانونية السارية المفعول.

[1] KPMG, « le guide des assurances en Algérie », édition 2009, Alger, pp 15-30

وتوجد هيئات أخرى إلى جانب الهيئات المذكورة سابقا مثل صندوق ضمان المؤمن لهم (FGAS)، مهمته التدخل لحماية مصالح المساهمين فيه في حالة النزاعات و تعذر التعويض، موارده عبارة مساهمة المؤمن لهم عن طريق المؤمنين و معيدي التأمين (هذه المساهمة لا تتعدى 1% من الأقساط الصادرة الصافية، حددت حاليا بـ0.25%)

يمكننا أيضا أن نميز هيئة أخرى و هي مكتب التسعير (Bureau de tarification)، مهمته الأساسية الحسابات الإكتوارية المتعلقة بتسعير الأخطار، تحديد القسط الأساس و إعادة النظر في التسعير...إلخ). الجمعيات المهنية مثل الإتحاد الجزائري للمؤمنين و معيدي التأمين (UAR) التي أنشأت لغرض الدفاع على حقوق المؤمنين و معيدي التأمين، بالتالي فأن كل المتدخلين في قطاع التأمين بما فيهم الوسطاء مرغمين على الإنخراط في هذه الجمعية بموجب المادة 214 من الأمر 95-07 متمم و معدل بالمادة 33 من الأمر 06-04. معهد الدراسات العليا في التأمين (EHEA) المسؤول عن تكوين الإطارات المختصة في مجال التأمين.

1-3 خبراء التأمين (Les experts d'assurance): حددت هيئتهم كشخص طبيعي حسب قانون التأمين الجزائري، يتم اعتمادهم من طرف الإتحاد الجزائري للمؤمنين و معيدي التأمين بموجب المادة 271، غير أنه يمكن أن تكون لديهم هيئة شخصية معنوية مثل ما هو الحال بالنسبة لشركة EXAL التي أنشأت من طرف CAATو CAAR، شركة SAE التي أنشأت من طرف SAA.

1-4 شركات التأمين و إعادة التأمين(Les assureurs et les réassureurs): شركات التأمين التي تم اعتمادها في الجزائر تكون خاضعة لقانون التأمين الجزائري فتكون لها هيئة شركة ذات أسهم (SPA)، أو مؤسسة تعاضدية ذات طابع تعاوني حسب المادة 215 من الأمر 06-04.

أغلب شركات التأمين عبارة عن مؤسسات تساهمية لما تنفرد به من مزايا لا توجد في أصناف أخرى من المؤمنين، و من بينها قدرتها على تجميع رؤوس الأموال الضخمة من ما يساعدها على التوسع و الإستمرارية و المنافسة. تعتبر الأكثر انتشارا في العالم و أنسبها لمزاولة نشاط التأمين من الناحية الاقتصادية و الفنية، فشركات التأمين ذات الطابع التعاوني لا يحق لها قانونا الإعتماد على الوسطاء بالتالي تكون أقل انتشارا و قربا من الزبائن.

شروط إنشاء شركة التأمين يتضمنها القانون المشترك للمؤسسات و قانون التأمينات من جهة أخرى، كما يختلف تصنيف هيئات شركات التأمين من بلد إلى آخر و من خصوصيات إنشاء شركة التأمين في الجزائر[1]:

- إختيار فرع التأمين الذي تتخصص فيه المؤسسة، سواءا تأمينات الأشخاص أو تأمينات الأضرار(استنادا إلى المواد 203، 204، 204 معدل و مكمل للقانون 95-07)
- نشاط الشركة يخص فقط قطاع التأمين و ليس أي نشاط تجاري آخر (المادة 9 من القرار 97-267)
- أن يكون مسير الشركة يمتاز بالخلق الحسن و يكون مؤهل مهنيا للقيام بهذا النشاط.

5. وسطاء التأمين: لوسيط التأمين واجب إئتماني في العمل و الحصول على أفضل مصلحة للمؤمن له و عميله، و تقديم الإستشارة العملية الصحيحة التي تكون مستقلة عن أي تأثير لشركة التأمين من حيث الإستشارة المهنية. بحيث يعتبر وسيط التأمين كالمحاسب أو المحامي أو الطبيب الذي يقوم بتقديم الإستشارة المهنية المحايدة بناءا على سنوات من الخبرة و التعلم و التكوين المستمر.

يعرف وسيط التأمين في الجزائر حسب المادة 252 من القانون 06-04 المؤرخ في فيفري 2006 كل من الوكيل العام و سمسار التأمين. وتضيف نفس المادة إمكانية شركات التأمين توزيع خدماتها عن طريق البنوك و المؤسسات المالية (صيرفة التأمين) بعد أن تم تعديلها بالمادة رقم 53 من القانون 06- 04.

كما تعرف المادة 3 من المرسوم التنفيذي 95-340 من الجريدة الرسمية رقم 65 نشاط الوساطة التأمينية كل تقديم أو عرض شفوي أو كتابي لعمليات التأمين سواءا من طرف شخص طبيعي أو معنوي يقترح فيه عقد تأمين لطرف آخر.

تعريف وسطاء التأمين يختلف باختلاف أنظمة التأمين و اللوائح القانونية المنظمة للقطاع:

[1] KPMG, « le guide des assurances en Algérie », édition 2015, Alger, pp 9-13

ففي سوق التأمين الفرنسي مثلا يعرف وسيط التأمين، استنادا إلى المادة L 511-1 من قانون التأمين الصادر في ديسمبر 2002، كل شخص يقوم بنشاط الوساطة التأمينية مقابل أجر إذا كانت لديه هيئة شخصية طبيعية أو معنوية و مسجل في دفاتر هيئة *ORIAS.

نشاط الوساطة محدد في المادتين L 511-1 و R 511-1 من قانون التأمين كالتالي[1]:

- أي نشاط تمثيل، اقتراح أو مساعدة على الإكتتاب في عقود التأمين أو إعادة التأمين، أي نشاط آخر يعتبر تمهيدي للإكتتاب في عقد تأمين معين.
- يعتبر كنشاط تمثيل، اقتراح أو مساعدة على الإكتتاب كل عملية طلب أو جمع الإكتتابات في عقود التأمين من طرف شخص طبيعي أو معنوي، أي عرض شفهي أو كتابي لشروط الضمانات لعقد تأمين معين.

و بموجب هذه المواد فإنه يسمح لمزاولة مهنة وسيط التأمين مقابل أجر كل من :

- سماسرة التأمين: شخص طبيعي أو معنوي مسجل في السجل التجاري أو سجل المؤسسات
- الوكلاء العامون للتأمين: شخص طبيعي أو معنوي مرتبط بعقد تعيين ووكالة مع شركة تأمين واحدة أو أكثر.
- مندوبي التأمين (Les mandataires d'assurance): أشخاص طبيعيين غير أجراء، و أشخاص معنويين مفوضين من طرف هيئات التأمين من غير الأعوان العامين المذكورين سابقا.
- مندوبي وسطاء التأمين: أشخاص طبيعيين غير أجراء و أشخاص معنويين مفوضين من طرف وسيط تأمين أو عدة وسطاء المذكورين سابقا.

تنص الفقرة الثانية من المادة L 511-1 من قانون التأمين على إقصاء كل من شركات التأمين و إعادة التأمين بما فيهم الموظفين الأجراء من مهنة الوساطة التأمينية.

* Organisme pour le registre des intermédiaires d'assurance

[1] François COULIBAUET, Daniel Eliashberg, « les grands principes de l'assurance », 4ème édition L'ARGUS, 2012, Paris, P 23

في سوق التأمين السعودي[1]:

وفقا لنظام مراقبة شركات التأمين التعاوني الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/32 بتاريخ 02-06-1424 و لائحته التنفيذية الصادرة عن مؤسسة النقد العربي السعودي، فإن وسطاء التأمين يصنفون إلى ما يلي:

- وكيل رئيسي: و هو وكيل إنتاج، يتم تعيينه من قبل شركة التأمين، يتعامل مع شركة تأمين واحدة فقط (عكس و سيط التأمين المهني الذي يتعامل مع عدة شركات)، بموجب عقد وكالة تأمين و يملك صلاحية إصدار و اكتتاب وثائق التأمين و تسوية المطالبات بالتعويض باسم الشركة في حدود صلاحيات محددة. عادة يكون للوكيل الرئيسي مكتب خاص، موظفين و حساب مصرفي خاص به، وفي آخر المطاف سيكون مسؤولا أمام شركة التأمين عن تحصيل أقساط التأمين.
- وسيط تأمين مهي: يتعامل مع أكثر من شركة تأمين واحدة، و يتم اختياره بموجب عقد وساطة تأمين، كما يمتلك مكاتب خاصة به و موظفين مؤهلين، و عادة ما يقوم وسيط التأمين المهني بتقديم أفضل المعلومات في ما يخص الإكتتاب عن طريق نموذج يسمى "قسيمة التأمين" و هو الذي يتفاوض مع الشركة و تقديم المساعدة لخدمة عملائه.
- وكيل إنتاج عادي أو فرعي: يمكن اعتباره منتج تأمين متجول "مكتسب أعمال"، معارفه محدودة في مجال التأمين و يعتبر مندوب مبيعات التأمين، فالشركة تقوم بعملية إصدار و خدمة العميل و تسوية المطالبات، بينما يقوم وكيل الإنتاج العادي بتسليم الوثائق للعملاء في مقابل تحصيل قسط التأمين و الذي يتم تحويله بعد ذلك للشركة.

  يمكن تمييز عملاء وكيل الإنتاج العادي بواسطة الشركة على أساس عملاء التحصيل النقدي.
- وكيل تعريفي أو تقديمي للإنتاج: وظيفته تتلخص في تعريف و تقديم العملاء لشركة التأمين، وتكون عملية تحصيل أقساط التأمين و تسوية المطالبات من مسؤوليات الشركة. لا تدفع عمولة إنتاج للوكيل التعريفي إلا إذا تم دفع القسط له أو اتفق على خلاف ذلك.
- منتج متجول أو مكتسب أعمال براتب: يعتبر موظف لدى الشركة، مكافأة عبارة عن أجر صغير (حوالي 2000 ريال) بالإضافة إلى عمولة، و يتم تسوية الراتب الذي يتقاضاه بحيث يتساوى مع

[1] www.saudire.net visité le 23/08/2020

إنتاج التأمين الذي يقدمه للشركة. لا يشرع في دفع العمولة إلا إذا تجاوز إجمالي إنتاج أقساط التأمين مثلا 15 مرة راتبه السنوي، أي 30000 ريال.

حسب نفس القانون فإنه تم تعريف المهن الحرة و أصحاب المهن الحرة المتعلقة بنشاط التأمين و إعادة التأمين و من ضمنها نشاط الوساطة التأمينية.

فالمهن الحرة في نشاط التأمين تخص: وسيط التأمين و إعادة التأمين، وكيل التأمين، مقدرو و معاينو الخسائر، تسوية و إدارة المطالبات، النشاط الإكتواري، و الإستشارة في مجال التأمين.

على هذا الأساس فإن:

- وكيل التأمين: هو الشخص الإعتباري (المعنوي) الذي يقوم لقاء مقابل مادي بتمثيل شركة تأمين، تسويق و بيع وثائق التأمين، وجميع الأعمال التي يقوم بها عادة لحساب الشركة بالنيابة عنها.
- وسيط التامين: الشخص الإعتباري الذي يقوم لقاء مقابل مادي بالتفاوض مع الشركة لإتمام عملية التامين لصالح المؤمن لهم.

مصطلح الوسطاء و الوكلاء الوارد في هذه اللائحة التنظيمية يشمل كلا من وكلاء التأمين، وسطاء التأمين و إعادة التأمين.

2. شروط ممارسة مهنة الوساطة التأمينية في الجزائر[1]:

بالنظر إلى أهمية وحساسية نشاط الوساطة التأمينية فإن هيئات الإشراف على قطاع التأمين حددت الشروط الأساسية التي يجب أن تتوفر في وسيط التأمين ويمكن اختصارها في ثلاثة نقاط أساسية:

2-1 الخلق الحسن و الكفاءة المهنية: بلوغ السن القانوني (25 سنة) و الجنسية الجزائرية يمثلان الشروط الأساسية للترشح لمزاولة نشاط الوساطة التأمينية في الجزائر، و قد حدد المرسوم التنفيذي 95-340 الصفات التي يجب أن يتصف بها وسيط التأمين كما يلي: أن لا يكون الطرف الطالب للإعتماد قد تعرض لإدانة عن ارتكاب جريمة من جرائم القانون العام، أو عن سرقة ، خيانة أمانة، احتيال أو ارتكاب جنحة يعاقب عليها القانون الخاص بعقوبات الإحتيال أو نهب أموال أو قيم أو

[1] KPMG, Op-cit, PP 39-43.

إصدار شيكات بدون رصيد، إخفاء أشياء تم الحصول عليها بواسطة هذه الجرائم، أو عن تصرفات غير مشرفة إبان الثورة التحريرية، وكل إدانة عن محاولة لإرتكاب هذه الجرائم، أو التواطؤ على ارتكاب الجرائم المذكورة أعلاه يترتب عنها فقدان الأهلية لممارسة نشاط الوساطة التأمينية، و هذا بالإستناد إلى المادة 263.

يتم إثبات هذه الأهلية عن طريق تعهد شرفي باحترام هذه الشروط و إرساله إلى الجهة المعنية بالرقابة (CNAأو وزارة المالية في الجزائر، ORIAS في فرنسا، الطرف الموكل بالنسبة للوكلاء و المندوبين).

كما يتعارض نشاط الوساطة التأمينية مع أي نشاط تجاري آخر أو مماثل له في نظر القانون، بالتالي يشترط على وسيط التأمين عدم ممارسة أي نشاط تجاري آخر استنادا إلى المادة 264.

يجب على المترشح للوساطة التأمينية إثبات معارف، خبرة ، تجربة و كفاءة مهنية كافية لممارسة نشاط الوساطة و تختلف حسب نوع الوساطة المطلوبة، المادة 265.

2-2 إجبارية التأمين على المسؤولية المهنية: كل وسطاء التأمين مرغمين قانونا بالتأمين على المسؤولية المدنية المهنية المتعلقة بنتائج (الآثار المالية) العسر المالي (Les conséquences pécuniaires)، إلا في حالة ما إذا أخذت شركة التأمين، شركة إعادة التأمين أو الطرف الموكل على عاتقه هذا التأمين، فينتج عن ذلك تحمله لكل الأعباء الناتجة عن العسر المالي.

هذا الإستثناء يخص الوكلاء العامون، مندوبي التأمين، مندوبي وسطاء التأمين. و بالرغم من ذلك فإن أغلب الوكلاء العامون يؤمنون على هذه المسؤولية بموجب إلتزامهم التعاقدي الذي يربطهم بشركة التأمين.

سماسرة التأمين مرغمين بالتأمين على المسؤولية المدنية المهنية حسب ما تمليه المادة 261 من قانون التأمين الجزائري.

بالنسبة لوسطاء التأمين الناشطين في البلدان التابعة للاتحاد الأوروبي فإن عقد التأمين على المسؤولية المدنية المهنية يغطي نشاطهم على كامل النطاق الأوروبي حسب التعليمة DIA 1/2.

ويتعين على الوسطاء تبرير وضعيتهم اتجاه هذه الإلزامية بشهادة تأمين (Police d'assurance)، أو وثيقة (تعهد) الطرف الموكل بتغطية هذه المسؤولية يتم إيداعها لدى الهيئات المعنية (UAR في الجزائر، ORIAS في فرنسا). في ما يتعلق بالخسائر الناجمة عن الأخطاء المهنية، الإهمال، عدم الإنتباه أو النسيان للوسطاء المفوضين من طرف شركات التأمين فإنها تلقى على عاتق الموكل بموجب المادة 267. و يعتبر هذا الأخير مسؤولا مدنيا (حسب المادة 136 من القانون المدني) عن هذه الأخطار إلا إذا نص على غير ذلك في اتفاقية معينة.

2-3 إلزامية تقديم ضمانات مالية:

حسب ما يمليه القانون فإنه كل وسيط تأمين يقوم بتحصيل مبالغ مالية يتم تحويلها إلى شركة التأمين، إعادة التأمين، أو لصالح المؤمن له، أو يعتمد في هذه العملية على مندوب معين، يكون مجبرا على تقديم ضمانات مالية لحماية مصالح الأطراف المعنية، وتختلف هذه الضمانات المالية حسب نوع الوساطة التأمينية التي يقوم بها.

يجب الإشارة إلى أن هذه الإلزامية بل تخص التحويلات (المبالغ) التي وكل عليها الوسيط مثل تحصيل الأقساط و التعويضات. فهذا يعني أن إلزامية تقديم الضمانات لا تخص:

- الوكلاء العامون و مندوبي التأمين
- الوسطاء اللذين لا يحصلون أية مبالغ
- سماسرة إعادة التأمين

لأن الأصل في هذه الضمانات المالية هو حماية مصالح المؤمن لهم و ليس المؤمنين و معيدي التأمين. بالنسبة لسوق التأمين الجزائري فإن الوكلاء العامون أيضا مرغمون على تقديم ضمانات مالية في شكل وديعة ضمان (Caution)، لدى الخزينة العمومية.

3. آلية الرقابة على نشاط وسطاء التأمين:

في كل وثيقة تأمين يصدرها الوسيط يجب عليه ذكر صفته (نوع الوساطة التي يقوم بها)، و مرجع اعتماده (الطرف الموكل أو المفوض). مع العلم أن وكيل التأمين يخضع للرقابة المباشرة من طرف المؤسسة المانحة

للإعتماد. و كما ذكرنا سابقا فإن شركة التأمين صاحبة التوكيل تعتبر مسؤولة مدني بنص المادة 136 من القانون المدني عن الأضرار الملحقة بالغير نتيجة لخطأ أو إغفال(إهمال) الوسيط.

يمنع قانونا ويعاقب كل شخص يكتتب أو يقترح اكتتاب عقد من عقود التأمين و لو كوسيط ، دون أن يكون معتمد قانونا (كموظف، كمندوب، كوكيل أو كسمسار) بنفس العقوبات المنصوص عليها في المادتين 244 و 245 من قانون التأمين و هذا حسب المادة 268.

تتم عملية المراقبة على نشاط الوساطة التأمينية بمنح الإعتماد، رفضه أو سحبه (أثناء هذه العملية) كمرحلة ابتدائية. وبصفة عامة فأن الوسيط يلتزم بـ:

- الإعلام: شرح الشروط والضمانات بصفة محايدة و إطلاع الطرف الآخر على كافة المعلومات الضرورية، تتم هذه العملية بطريقة شفهية أو كتابية.
- النصيحة : توجيه طالب التأمين وإرشاده حسب حاجاته التعاقدية.
- التدقيق في المراقبة: التحقق من مدى صحة المعلومات و البيانات المصرح بها من طرف العميل.
- العمل على الحفاظ و تحسين سمعة الطرف الموكل: العمل بجهد على تمثيل الشركة أو الطرف المانح للإعتماد أحسن تمثيل أثناء نشاطه المهني، و ذلك عن طريق ذكر المحاسن و تجنب تضليل العملاء.
- احترام شروط المنافسة: الإلتزام بعدم منافسة الشركة المانحة للإعتماد أو القيام بأنشطة غير لائقة التي يهدف من خلالها إلى التقليل أو الإساءة لسمعة المنافسين الآخرين (المنافسة الغير المشروعة). مثل السعي لإلغاء أو فسخ عقد تأمين مع طرف معين لغرض إعادة إبرامه.

إضافة إلى الإلتزامات الأخرى المتعلقة بالتصريح بالمعلومات الخاصة بنشاطه بصفة دورية لدى الهيئات المعنية بالرقابة على نشاط التأمين حسب ما ينص عليه القانون.

3-1 الهيئات المعنية بالرقابة على نشاط الوساطة التأمينية[1]:

في أي نظام تأمين تتولى سلطات عليا و إدارات متخصصة في التأمين عملية الرقابة لغرض حماية الأطراف المتدخلة في نشاط التأمين، بالتالي لا يمكن استثناء نشاط الوساطة التأمينية من الرقابة. تتولى هذه المهمة في الجزائر كل من وزارة المالية، المجلس الوطني للتأمينات، لجنة الإشراف و الرقابة و لجان التفتيش و التحري التابعين لها.

حسب المادة 26 من المرسوم التنفيذي 95-340 فإن جميع الوسطاء يخضعون للرقابة المباشرة لوزارة المالية أثناء منحهم الإعتماد و أثناء ممارستهم لنشاطهم. تتم هذه العملية بتعيين لجان رقابة يحددهم الوزير المكلف بالمالية.

دور مجلس التأمين استشاري كما ذكرنا سابقا، بالتالي فإن هذا الأخير يتم استشارته في كل عمليات منح، سحب، تجميد نشاط الوسطاء. تعتبر لجنة الإشراف و الرقابة الهيئة المستقلة المسؤولة أساسا على عملية الرقابة الميدانية لنشاط وسطاء التأمين و من مهامها:

- السهر على احترامهم للأحكام و القوانين المنظمة للقطاع
- إلزام المؤمنين، معيدي التأمين و الوسطاء بتسجيل و إرسال كل المعلومات، جداول الحسابات بصفة دورية ومنتظمة إلى الهيئات المعنية.
- مكافحة كل مظاهر تبييض الأموال تهريب رؤوس الأموال للخارج، تمويل العمليات الإرهابية

بالتالي فإن الرقابة تشمل:

- التسجيل لدى هيئات الإشراف و الرقابة (CNA, UAR) و الحيازة على البطاقة المهنية
- التأهيل و الكفاءة المهنية للوسيط و موظفيهم
- نشر كل المعلومات القانونية المتعلقة بنشاط الوساطة، عمليات التأمين، ووضعها بحوزة كل الأطراف الناشطة في قطاع التأمين

[1] Conseil national des assurances), « Ordonnance n°95-07 du 23 Chaabane 1415 correspondant au 25 Janvier 1995 relative aux assurances et ses textes d'application », Avril 2014, Alger, PP49-51.

- ظروف تسويق المنتوج التأميني
- الأطراف المتعاملة مع وسطاء التأمين
- الضوابط و الآليات المعتمدة من طرف الوسيط لمكافحة عمليات تبييض و تهريب رؤوس الأموال و تمويل العمليات الإرهابية.

2-3 الرقابة الميدانية و العقوبات: تتم هذه العملية عن طريق زيارات تفتيشية بصفة دورية أو فجائية من طرف أعوان هيئة الإشراف و الرقابة ، هذه الزيارات الميدانية تخص مراقبة كل الوثائق المتعلقة بنشاط الوسيط. في آخر العملية يتم تحرير تقرير نهائي حول مدى احترام اللوائح التنظيمية و القانونية الخاصة بنشاط الوسيط.

قد تؤدي عملية الرقابة في حالة التجاوزات و المخالفات القانونية إلى فرض عقوبات على الوسيط، تختلف هذه العقوبات حسب نوع المخالفة تحددها لجنة الإشراف و الرقابة، وقد تكون عبارة عن:

- إنذار أو توبيخ
- منع الوسيط من القيام ببعض عمليات الوساطة لمدة لا تفوق 10 سنوات
- حرمان أحد المسؤولين من وظيفته لمدة لا تفوق 10 سنوات
- استقالة إجبارية لأحد المكاتب التابعة للوسيط
- شطب نهائي للوسيط لدى الهيئة المانحة للإعتماد (CNA, UAR)
- حرمان المعني من مزاولة نشاط الوساطة التأمينية نهائيا لمدة لا تفوق 10 سنوات

كما تقوم هيئة الإشراف و الرقابة بنشاطها الرقابي بالتنسيق مع وكيل الجمهورية، بالتالي فإن لجنة الإشراف و الرقابة تقوم بإعلام و إحالة قضايا لدى هذا الأخير في حالة التجاوزات و المخالفات الأخرى الغير مغطاة بقانون التأمين مثل:

- تقديم معلومات خاطئة أو كاذبة لغرض الإحتيال على المؤمن لهم
- العمل لصالح مؤسسة لم يسرح لها بالنشاط في السوق المحلي...إلخ

و تلزم المادة 225 من قانون التأمين الجزائري كل من المؤمن، معيد التأمين ووسيط التأمين بالإحتفاظ بالوثائق التالية:

- سجل (دفتر يومي) Livre journal: يحتوي على تذكير دوري بالعمليات المختلفة
- سجل كبير شامل (Grand livre): يحتوي على كل الحسابات
- سجل الميزانيات الثلاثية (لثلاثة أشهر) الخاص برصيد كل الحسابات المفتوحة في الدفتر اليومي
- سجلات الصندوق، البنك، الحساب الجاري البريدي
- سجل الجرد الدائم للقيم المنقولة، العقارات و القروض
- سجل الجرد السنوي

أما الوثائق التي يلتزم الوسيط بالإحتفاظ بها وتقديمها للجان الرقابة فهي:

- دفتر المتاحات (Livre de disponibilités): الصندوق، البنك و الحساب الجاري البريدي
- سجل عقود التأمين
- الجداول الخاصة يالأقساط غير المدفوعة
- الجداول الخاصة بالوصولات المستردة (Quittances retournées)
- سجل خاص بالأضرار (طلبات التعويض التي تم تسويتها).

خلاصة: اتضح من ما سبق أن الجانب القانوني و التنظيمي مهم جدا في ضبط نشاط الوسطاء و هذا راجع لعدة أسباب:

- العلاقة القانونية و النتائج التي تنجر عن عقود التأمين
- طبيعة نشاط التأمين
- المسؤولية المدنية التي تتداخل فيها عدة أطراف
- المعطيات التقنية و الرياضية التي تتميز بها خدمة التأمين أثناء و بعد عمليات الإكتتاب و التعويض.

من هذا المنطلق يعتبر نشاط الوساطة التأمينية نشاط حساس جدا بقدر حساسية نشاط المؤسسات المالية، فسنت عدة قوانين عامة تضبط بدقة هذا النشاط، كما استحدثت قوانين جديدة خاصة بنشاط كل وسيط تأمين على حدة. سنحاول في الفصل الموالي عرض هذه القوانين والأنظمة بالموازاة مع التفصيل في ما يتعلق بنشاط الوسطاء ودراسة كل شكل من أشكال الوساطة التأمينية.

المحور الثالث:

الوكلاء العامون للتأمين Les agents généraux d'assurance

تمهيد: تعتبر التوكيلات أحد الأساليب المعتمدة من طرف المؤمنين لتوزيع خدماتهم، و يعرف الطرف المفوض للقيام بهذه الوظيفة بالوكيل العام، هذا الأخير يمكن أن يمارس نشاطه في هيئة شخصية طبيعية أو معنوية (في هيئة مؤسسة SA، SARL، SPA ...إلخ) وفقا لما ينص عليه القانون. بالنسبة لقانون التأمين الجزائري فقد حدد هيئة الوكيل العام كشخصية طبيعية فقط و لا يحق له النشاط في هيئة شخصية معنوية (مؤسسة) بموجب المادة 254 من قانون التأمين.

ويعرف الوكيل العام حسب المادة 253 من نفس القانون بأنه شخص طبيعي(Personne physique) يمثل شركة تأمين واحدة أو عدة شركات تأمين بموجب عقد تعيين أو وكالة، وبصفته وكيل معتمد من طرف المؤمن فإنه:

- من جهة يعتمد على كفاءته المهنية للبحث عن العملاء و إقناعهم بالإكتتاب في عقود التأمين لصالح المؤمن المانح للإعتماد
- من جهة أخرى يضع بحوزة المؤمن أو المؤمنين المانحين للإعتماد خدماته المتعلقة بمهمة تسيير عقود التأمين حسب الأنشطة المخولة له.

ويستوجب على الوكيل العام للتأمين :

- أن يخصص كل إنتاجه للشركة التي وكلته وفق عقد تعيين، ولا يمثل شركة التأمين إلا في عمليات التأمين التي وكل بشأنها، كما لايجوز له تمثيل أكثر من شركة واحدة بالنسبة لعمليات التأمين ذاتها و هو ما يعرف بقاعدة الإمتياز الإنتاجي (Règle d'exclusivité productive).
- لا يسمح قانونا للوكيل العام أن يكتتب لحساب شركات تامين أخرى إلا في عمليات التأمين التالية:
  - العمليات التي لا تغطيها شركة التأمين المانحة للإعتماد
  - العمليات التي لم تكن موضوع توكيل بين الوكيل العام و الشركة التي يمثلها
  - العمليات التي ترتبت عليها عقود سبق و أن قامت الشركة بفسخها
  - العمليات التي ترتبت عليها اقتراحات سبق أن رفضت الشركة شروطها.

يمارس الوكيل العام نشاط حر و مستقل في توزيع و تسيير خدمات التأمين، و ذلك بموجب عقد توكيل مكتوب يمنح له من طرف شركة تأمين واحدة أو عدة شركات، بالتالي يمثل المؤسسة الموكلة و يتصرف كمفوض من طرفها و يلتزم أساسا باستخدام الوسائل الكفيلة بالوصول إلى الهدف المنشود، الإكتتاب في عقود التأمين المقترحة.

كما يعرف الوكيل العام من الجانب الاقتصادي بأنه الشخص الطبيعي أو الإعتباري (المعنوي) الذي يقوم ببيع وثائق التأمين الصادرة عن شركة تأمين واحدة أو أكثر مقابل عمولة. هذه الأخيرة عبارة عن نسبة مؤوية من كل قسط ناتج عن وثيقة التأمين. يمثل الوكيل العام المؤسسة الموكلة في السوق حسب ما يتضمنه عقد التوكيل، وغالبا ما يطلق على الوكلاء و المندوبين اسم منتجي التأمين.

تختلف تسمية الوكيل حسب خصوصية عقد الوكالة الذي يربطه بالطرف الموكل، بحيث يمكننا التمييز بين الوكلاء و المندوبين من جهة، وبين الوكلاء المستقلين و شبه المستقلين من جهة أخرى، كما يمكن التمييز أيضا بين وكلاء الإنتاج ووكلاء الإصدار.

1-أنواع الوكلاء العامون:

1.1. الوكيل المفوض و المندوب ذو التوكيل العام:

الوكيل المفوض عبارة عن وسيط تأمين نطاق تدخله يكون أوسع من الوسطاء الآخرين، بحيث يكون مفوضا للتعاقد مباشرة مع المؤمن لهم دون العودة إلى الشركة المانحة لعقد التوكيل بحيث يمكنه إبرام عقد التأمين مع المؤمن لهم، كما يمكنه تعديل شروط العقد، تمديد تاريخ استحقاقه أو فسخه.

أما المندوب ذو التوكيل العام فهو عبارة عن وسيط تأمين لكن نطاق تدخله يكون محدودا مقارنة بالوكيل المفوض، فعند إبرام عقد التأمين للمؤمن لهم لا تكون لديه أية سلطة في تعديل شروط العقد أو تمديد أجله أو فسخه.

2.1 الوكلاء المستقلين و شبه المستقلين:

الوكلاء المستقلين يتم اعتمادهم في سوق التأمين على عمليات إصدار وثائق تأمين جديدة، تجديد وثائق التأمين، و تحصيل الأقساط مقابل عمولة تدفع لهم ويمثلون أكثر من شركة تأمين واحدة. بالنسبة للوكلاء

الشبه مستقلين فإنهم يمثلون شركة تأمين واحدة أو اتحاد شركات التأمين، فشركة التأمين تستحوذ على كل أنشطة الوكيل وتتحمل كل أخطائه إن وجدت.

3.1 وكلاء الإنتاج ووكلاء الإصدار:

قد يوكل الوكيل العام على عمليات الإنتاج فقط، فينحصر نشاطه في إنتاج عقود التأمين، وقد يشمل عقد التأمين على عمليات الإنتاج، توجيه إشعارات تجديد العقود، استلام طلبات التجديد، استلام أقساط التأمين المستحقة لقاء وصولات موقعة من قبله و تحويلها للمؤمن، استلام الإستفسارات من طرف المؤمن لهم و الرد عليها أو تحويلها للمؤمن. مكافأة وكيل الإنتاج عبارة عن عمولة يتقاضاها بنسبة محددة يتفق عليها من قسط التأمين الخاص بكل عقد تأمين يقوم بإنتاجه.

أما عن وكلاء الإصدار فأن عقد توكيلهم يشمل القيام بجميع الأعمال التي تتطلبها عمليات إصدار وثائق التأمين، تجديدها وتعديلها و إلغاؤها وتجميع أقساط التأمين، استلام طلبات التعويض و ما يتبعها من معاينة و تحقيق و تسوية. كما يمكن لوكيل الإصدار تفويض وكلاء منتجين و يكون مسؤولا على نتائج أعمالهم.

أما في ما يخص طبيعة العلاقة التي تربط وكيل الإصدار ووكيل الإنتاج بشركة التأمين الموكلة فإنها نفسها، و الإختلاف يكمن فقط في العمولة التي يتقاضاها الوسيط، إذ أن العمولة التي يتقاضاها وكيل الإصدار لا تقتصر على العمولة المترتبة على عقود التأمين المبرمة بواسطته فقط بل تشمل التعويض عن جزء من المصاريف المكتبية و أجرة الخدمات الأخرى الناجمة عن تسوية طلبات التعويض.

يختلف نشاط وكلاء التأمين عامة في فرع التأمين على الحياة (بالنظر للطابع التفاوضي لعقد التأمين و مدته التي تفوق السنة في غالب الأحيان)، و التأمين على الأضرار، فلا تكون لديهم السلطة لإلزام المؤمن على إبرام عقد تأمين معين في فرع التأمين على الحياة، بحيث تقتصر وظيفته على حث الأشخاص و توجيههم لنوع معين من عقود التأمين . بينما تكون لديه نوع من السلطة في تأمينات الأضرار لإلزام الشركة على إبرام عقد تأمين معين عن طريق العقود المؤقتة التي يمكن أن تكون شفهية أو كتابية في انتظار إصدار عقد تأمين نهائي.

بصفة عامة، مساهمة الوكلاء العامون ضعيفة في تسويق خدمات التأمين على الحياة مقارنة بتأمينات الأضرار كما تشير إليه الإحصائيات (35% في تأمينات الأضرار مقابل 15% في تأمينات الأشخاص)، بالنظر إلى الخصوصية المذكورة سابقا، وغالبا ما يجدون صعوبة في بيع هذه العقود.

2. شروط ممارسة نشاط الوكالة في التأمين:

طبقا لأحكام قانون التأمين الجزائري فإن المترشح لمهنة الوكالة العامة يجب أن يستوفي أولا الشروط التالية:

- أن يتمتع المترشح بالخلق الحسن
- أن يتجاوز سنه 25 سنة
- أن يتمتع بالجنسية الجزائرية
- كما أضاف القرار التنفيذي رقم 17-192 المؤرخ في جوان 2017، شرط الإقامة في الجزائر، و الحيازة على مكتب أو محل تجاري تتوفر فيه الشروط التي يتضمنها دفتر الشروط، كما يمكنه الإكتفاء بعقد الكراء (Bail de location)
- أن يستوفي إحدى شروط التأهيل التالية:

  - الحصول على شهادة استكمال الطور الثانوي، أو شهادة معادلة لها، إضافة خبرة مهنية في المجال التقني للتأمينات تفوق 7 سنوات. أو شهادة تقني سامي في التأمينات إضافة إلى 5 سنوات خبرة على الأقل في مجال التأمين
  - الحصول على شهادة استكمال الدراسات العليا للطور الأول (Bac+2) في إحدى التخصصات التالية: العلوم القانونية و الإدارية، العلوم الاقتصادية، المالية أو التجارية، بالإضافة إلى خبرة مهنية في المجال التقني للتأمين مساوية على الأقل 3 سنوات
  - الحصول على شهادة الدراسات العليا المعمقة (الطور الثالث) في إحدى التخصصات التالية المذكورة سابقا، بالإضافة إلى خبرة مهنية في المجال التقني للتأمين تفوق سنتين على الأقل، كما يمكن التعويض عن سنوات الخبرة بتكوين مهني لمدة 18 شهرا على الأقل في مجال التأمين.

بعدما ظهرت معاهد خاصة تم اعتمادها من طرف الدولة في تخصص التأمينات تم تغيير هذه الشروط لتشمل الحاصلين على شهادة تقني سامي في التأمينات كما يلي:

- مستوى الثالث ثانوي أو شهادة التكوين المهني في التأمين، إضافة إلى خبرة في المجال التقني للتأمينات أو مجالات أخرى مماثلة لدى شركة التأمين أو وسيط تأمين لمدة تفوق 7 سنوات. يقصد بالمجالات الأخرى مصلحة التسويق و التجارة، قسم الإعلام الآلي، إعادة التأمين، المالية و المحاسبة.
- شهادة تقني سامي في التأمينات، إضافة إلى خبرة في المجال التقني للتأمين أو المجالات الأخرى المماثلة في شركة تأمين أو وسيط تأمين لمدة تفوق 5 سنوات.
- الحصول على شهادة التعليم العالي (شهادة البكالوريا+ 2 سنوات) على الأقل، إضافة إلى خبرة في المجال التقني أو في مجالات أخرى مماثلة تفوق 3 سنوات لدى شركة تأمين أو وسيط تأمين.

و يمكن تعويض الخبرة المهنية بتكوين لمدة 18 شهرا على الأقل في معهد متخصص أو مركز تكوين معتمد من طرف الدولة.

- تقديم ضمانات مالية في شكل و ديعة لدى الخزينة العمومية ، أو في شكل كفالة بنكية بقيمة الضمان المالي المحدد بـ500000 دج بالنسبة لفرع تأمينات الأضرار، أو 250000 دج بالنسبة لفرع تأمينات الأشخاص.
- ملف طلب الإعتماد: يتم إيداع ملف طلب الإعتماد لدى المؤسسة التي يرغب في تمثيلها، ويرفق طلب الإعتماد بالوثائق التالية:
  - شهادة الميلاد، شهادة السوابق العدلية رقم 3، شهادة الجنسية، شهادة الإقامة، تعهد كتابي لإثبات عدم ممارسة أي نشاط مهني يتنافى قانونا مع نشاط الوكيل العام
  - الشهادات و الوثائق التي تثبت الخبرة المهنية المؤهلة لممارسة هذا النشاط
  - شهادة الكفالة البنكية أو الوديعة لدى الخزينة العمومية .

تتم عملية دراسة ملف طلب الإعتماد على مستوى شركة التأمين المستقبلة للملف، ويمنح الإعتماد في حالة قبول الطلب بموجب إمضاء عقد التعيين بين الوكيل و شركة التأمين.

- **يمكن ممارسة مهنة الوكالة العامة في مجال التامين لمدة سنتين فقط:** هذه الحالة خاصة فقط بذوي الخبرة المهنية لأكثر من عشر سنوات كمسؤولين في أحد المجالات التالية: المالية، القانونية أو التجارية في مؤسسة وطنية. كما يشترط عليهم شهادة دراسات عليا على الأقل في الطور الأول.

أو للذين قاموا بتكوين ميداني لمدة 6 أشهر في شركة تأمين أو لدى وكيل عام للتأمين.

في حالة اجتياز الإختبار المهني بنجاح الذي تنظمه وزارة المالية بالتنسيق مع شركات التأمين.

يمكن للوكيل العام مزاولة نشاطه بعد الحصول على البطاقة المهنية (La carte professionnelle)، التي تسلم من طرف إتحاد المؤمنين و معيدي التأمين الجزائريين بطلب من الوكيل يتضمن نسخة من عقد التعيين و 4 صور شمسية.

3. **عقد التعيين[1](Le contrat de nomination):** هذا العقد عبارة عن اتفاق مكتوب يحدد الشروط التي في إطارها يقوم الوكيل العام بنشاطه حسب ما تمليه المادة 245 من قانون التأمين 95-07، و يتضمن عقد التأمين بصفة عامة الشروط التالية:

- تحديد أعمال التسيير المسندة إلى الوكيل العام تحديدا دقيقا
- يجب أن يتضمن عقد التعيين تحديد المقاطعة (النطاق الجغرافي: الولاية ، الدائرة أو البلدية) الذي يغطيه نشاط الوكيل العام ويسمح للشركة الموكلة اعتماد أكثر من وكيل واحد في نفس المقاطعة و في نفس عمليات التأمين إذا اقتضى الأمر ذلك.

تحدد المادة 11 من الأمر 95-07 قاعدة الإمتياز الإقليمي (Règle d'exclusivité territoriale) كما يلي:

- الأخطار التي تقع في دائرة الوكالة العامة
- الأخطار التي تصيب المؤمن له المقيم في نفس المقاطعة

[1] القانون رقم 06-04 المؤرخ في 2006/03/20، المعدل والمتمم للأمر رقم 95-07 المؤرخ في 1995/01/25 والمتعلق بالتأمينات، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 15

- الأخطار ذات الطابع المتحرك في البر و البحر التي تقع تحت مسؤولية المكتتب أو المؤمن له و القاطن في نفس المقاطعة.

- في حالة إندماج شركتين تأمين أو أكثر يحتفظ الوكيل المعتمد بنفس الحقوق و الواجبات التي يتضمنها عقد التعيين طبقا لأحكام المادة 229 من الأمر 95-07، و لا يمكن للوكيل العام معارضة الشركة المانحة للإعتماد في حالة رغبتها في تحويل محفظة شركة التأمين التي يمثلها إلى شركة أخرى.

غالبا ما يكون عقد التعيين غير محدد المدة و يبقى ساري المفعول إلى غاية وصول الوكيل إلى سن التقاعد إلا إذ نص على غير ذلك، ويتوقف سريان مفعول عقد التعيين في حالة :

- الوفاة
- طلب الإستقالة مع إشعار مسبق بـ 6 أشهر على الأقل.
- تراجع الإنتاج بوتيرة متزايدة
- الإقالة من طرف الموكل
- خطأ مهني فادح

- يتضمن عقد التعيين نسبة العمولات التي يتقاضاها الوكيل العام في كل فرع من فروع التأمين الموكل عليها، أقصى حد لهذه النسب محدد بأمر من الوزير المكلف بالمالية.
- يرسل عقد التعيين إلى مديرية التأمينات على مستوى وزارة المالية في أجل لا يتعدى 45 يوما قبل أن يأخذ حيز التطبيق.
- كما يجب إشعار مديرية الضرائب بكل اعتماد يمنح لممارسة نشاط الوكيل العام
- ينتهي عقد التعيين بانتهاء مدة التعيين إذا كانت محددة، أما إذا كانت غير محددة فإنه ينتهي بإرادة أحد الطرفين المتعاقدين، وينجر عنه مطالبات بتعويض الأضرار طبق لأحكام القانون المدني حسب ما تمليه المادة 256 من قانون التأمين[1].

[1] KPMG, Op-cit, P40/

4. **مكافأة (أجر) الوكيل العام:** يتقاضى الوكيل العام نتيجة قيامه بمهامه عمولة (Commission)، يحددها العقد ، و قد بين المرسوم التنفيذي 341-95 و المتعلق بالقانون الأساسي للوكيل العام للتأمين هذه العمولة التي تشمل في الواقع عمولتين:

- **عمولة المساهمة (La commission d'apport):** عبارة عن مكافأة عن عملية الإنتاج و التي تشمل عملية الإكتتاب و مرافقة عملية تحويل عقود التأمين إلى شركة التأمين، حيث تحتسب عمولة المساهمة بنسبة مؤوية من مبلغ القسط الصافي من الحقوق و الرسوم. كما لا يجب أن تتعدى هذه النسبة الحد الأقصى الذي يحدده الوزير المكلف بالمالية بقرار وزاري و لكل صنف من أصناف التأمين.
- **عمولة التسيير (La commission de gestion):** مقابل أعمال التسيير المنصوص عليها في عقد التعيين و المسندة للوكيل العام، تشمل كل أعمال و تسيير الأضرار التي يقوم بها الوكيل، ويمكن مراجعة قواعد مكافأة الوكيل إذا طرأ أي تعديل على حجم المهام المسندة للوكيل العام، و حددت هذه النسب في الجزائر كما في الجدول التالي:

الجدول رقم 1: عينة عن العمولات التي يتقاضاها الوكيل العام في مختلف فروع التأمين في الجزائر حسب القانون الأساسي للوكيل العام 341-95 المعدل و المتمم بالقانون 17-192:

فرع التأمين	نوع الخطر المغطى	نسبة العمولة (Taux des commissions)		
		المساهمة Apport	**التسيير** Gestion	المجموع **Total**
التأمين على السيارات	▪ الضمانات الاجبارية (RO) ▪ الضمانات الاختيارية (RNO)	%5 %10	%5 %5	**%10** **%15**
التأمين على الحريق	الحريق، الانفجار والاخطار الملحقة	%8	%4	**%12**

تأمين الأخطار البسيطة	▪ متعددة الاخطار للسكن (MH) ▪ متعددة الاخطار الخاصة بالبنايات (MS) ▪ السرقة (VOL) ▪ اخطار المياه (DDE) ▪ كسر الزجاج (BDG) ▪ الكوارث الطبيعية (CAT-NAT)	%20 %20 %10 %10 %10 %5	%10 %10 %4 %4 %4 %5	**%30** **%30** **%14** **%14** **%14** **%10**
تأمين المسؤولية المدنية	▪ المسؤولية المدنية المهنية (RCP) ▪ المسؤولية المدنية العامة (RCG) ▪ المسؤولية المدنية العشارية (RCD) ▪ المسؤولية المدنية لرؤساء المؤسسات ▪ المسؤولية المدنية للمستشفيات والمصحات ▪ مسؤوليات مدنية مهنية أخرى	%8 %10 %8 %8 %10 //	%4 %4 %4 %4 %4 //	**%12** **%14** **%12** **%12** **%14** //
تأمين الأخطار الصناعية	▪ متعددة الاخطار الصناعية والتجارية(MIC) ▪ كل الاخطار للورشات (TRC) ▪ كل الاخطار للمؤسسات (TRE)	%10 %8 %10	%15 %4 %15	**%25** **%12** **%25**
تأمين القروض	—	—	—	**%15**
تأمينات الأشخاص	▪ تأمين الأشخاص المنقولين (PTA) ▪ تأمين الحوادث الفردية (IND.Acc) ▪ الاسعاف أثناء السفر (ASS.Voy) ▪ التأمين على التقاعد (AV.Ret)	—	—	**%15** **%15** **%10 - 5** **%3**

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على معطيات CNA و KPMG.

5. حقوق الوكيل العام في حالة التوقف عن النشاط[1]: في كل حال من الأحوال فأنه للوكيل العام حق في:

- تحديد من يستخلفه و تقديمه للشركة في مدة محددة بثلاثة أشهر
- الحصول على تعويض موافق لذمم الوكيل على العمولات (une indemnisation compensatrice)، وليس تعويض على بيع محفظة عقود التأمين التي تعتبر ملك للمؤسسة

[1]القانون التنفيذي رقم 17-192 الصادر في2017/06/11

الموكلة، و في حالة ما إذا تعذر الوصول إلى اتفاق منصف تكلف لجنة تحكيم محددة في عقد التعيين بالقضية. تكون هذه اللجنة عادة مكونة من ممثلين عن الشركة المانحة للإعتماد و ممثلين عن الوكيل العام، وفي حالة تعذر الوصول إلى اتفاق مرة أخرى تحال القضية إلى المجلس الوطني للتأمينات و تناقش القضية في لجنة مكونة بممثلين عن شركة التأمين، الوكيل العام، إتحاد المؤمنين و معيدي التأمين (UAR) و جمعية الوكلاء العامون (ANAGA).

- إذا رفضت الشركة الموكلة منح الإعتماد للوكيل الذي قدمه الوكيل المقال للإستخلاف فإنه يحق له المطالبة بالتعويض المذكور سابقا.
- إذا تمت الموافقة على منح الإعتماد للوكيل المقدم خلفا للأول فأن هذا الأخير يلتزم بعدم النشاط في نفس المقاطعة و عمليات التأمين الموكل عليها لمدة ثلاث سنوات

- في حالة وفاة الوكيل فإن الورثة يكون لديهم نفس الحقوق، و الزوج أو الزوجة و الأبوين يحق لهم مباشرة خلافة الوكيل في حالة ما إذا استوفت الشروط القانونية لممارسة هذه المهنة دون أن يتم اعتمادهم مرة أخرى.

6. **التعويض عند نهاية عقد التعيين[1]:** في حالة عدم إنهاء العقد باتفاق بين الطرفين (و لانقصد التعويض الموافق للذمم على العمولات)، فإن التعويض يتم تقديره من طرف المؤسسة المانحة للإعتماد في الإتفاقية التي تجمع بين نقابة الوكلاء العامون و شركات التأمين مع إلزامية احترام:

- إختيار الوكيل العام : دفع المبلغ الإجمالي دفعة واحدة أو بالتقسيط
- اتفاقية عدم المنافسة في نفس المقاطعة و نفس المحفظة من الزبائن لمدة ثلاث سنوات

تتم عملية تقدير مبلغ التعويض حسب معدل العمولات السنوية المدفوعة خلال السنوات الأخيرة من نشاط الوكيل يتم ترجيحه بمعامل متغير يحدد حسب معايير كيفية.

7. التصنيف الاجتماعي و الضريبي للوكيل العام La classification sociale et fiscale de l'AGA) :)

[1] القانون رقم 06-04المؤرخ في2006/03/20، المعدل والمتمم للأمر رقم 95-07المؤرخ في 1995/01/25والمتعلق بالتأمينات، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد15

1.7. التصنيف الاجتماعي:

كيف ينظر إلى مهنة الوكيل العام، هل يمكن اعتبارها مهنة حرة؟ هل يمكن اعتبار الوكيل العام موظف أجير؟ هل يمكن اعتباره تاجر؟

من الصعب جدا تصنيف مهنة الوكيل العام ضمن المهن الحرة بالنظر للعلاقة الضيقة والمتواصلة التي تربطه بالشركة المانحة للاعتماد.

لا يمكن تصنيفه ضمن العمال الأجراء، كونه من جهة حر في تنظيم وكالته في حدود ما يتضمنه عقد التعيين، و من جهة أخرى يتقاضى عمولة و ليس أجرا، بالتالي فإن تصنيفه ضمن العمال الأجراء يعتبر تناقض مبدئي.

لا يمكن اعتبار الوكيل العام تاجرا كون العمليات التي يقوم بها لا تحمل فقط إسمه و عقود التأمين تتضمن أيضا علامة و اسم الشركة صاحبة التوكيل و تعتبر محفظة الزبائن ملكا لهذه الشركة و ليست ملكا للوكيل العام.

في معظم أنظمة التأمين في العالم مهنة الوكالة العامة تصنف ضمن المهن الحرة، إلا أنه في نظام التأمين الجزائري قانون التأمين يشير فقط إلى أن الوكيل العام يصنف ضمن العمال غير الأجراء، بالتالي مرغم على الإنخراط في الصندوق الوطني للعمال غير الأجراء (CASNOS) ، ويساهم باقتطاعات في صندوقين، صندوق التقاعد و صندوق التوفير.

بالنسبة للمندوبين(Les mandataires) المفوضين من طرف الوكلاء العامون:

- الغير الأجراء: يتم تصنيفهم بنفس الطريق التي يصنف بها الوكيل العام للتأمين ما دام أنهم يقومون بنفس النشاط ويتم تصنيفهم أيضا من الجانب الضريبي و الاجتماعي بنفس الطريقة.
- الأجراء: يتم تصنيفهم ضمن النظام العام للضمان الاجتماعي في حالة ما إذا كانوا يمارسون عملهم بطريقة مستمرة.

2.7. الخضوع للضريبة :

استنادا إلى قانون المالية 2015 الذي يبين كيفية تحديد الوعاء الضريبي و كيفية حساب الضريبة على نشاط الوكلاء العامون للتأمين، فإن الوكلاء الذين يقل رقم أعمالهم عن 30000000 دج مرغمون بدفع ضريبة جزافية و حيدة (Tarif forfaitaire unique) تقتطع من العمولة التي يتقاضاها كل ثلاثة أشهر، وتشمل على (TAP, TVA, IBS, IRG)، مبلغ الضريبة مقدر بـ 12% من القسط الصافي. و هذا بالإستناد إلى المادة 282 مكرر.

إذا فاق رقم الأعمال السنوي المحقق 30000000دج ، فإن الوكيل العام يخضع للضريبة بصفة عادية، الرسم على القيمة المضافة (TVA) 19% ، و الضريبة على الدخل التي تخضع إلى سلم ضريبي، بصفة عامة تحتسب بقيمة 26%. أما بالنسبة للضريبة على النشاط المهني (TAP)، فهي مقدرة بـ2% من رقم الأعمال.

عملا بقانون المالية لعام 2021 تم تغيير سقف الوعاء الضريبي و أصبحت هذه القواعد الضريبية كما يلي:

الوكلاء الذين يقل رقم أعمالهم عن 15000000 دج مرغمون بدفع ضريبة جزافية و حيدة (Tarif forfaitaire unique) تقتطع من العمولة التي يتقاضاها كل ثلاثة أشهر، وتشمل على (TAP, TVA, IBS, IRG)، مبلغ الضريبة مقدر بـ 12% من القسط الصافي. و هذا بالإستناد إلى المادة 282 مكرر.

إذا فاق رقم الأعمال السنوي المحقق 15000000دج ، فإن الوكيل العام يخضع للضريبة بصفة عادية، الرسم على القيمة المضافة (TVA) 19% ، و الضريبة على الدخل التي تخضع إلى سلم ضريبي كما يلي

من 0 دج إلى 120000دج لا يخضع للضريبة

من120001دج إلى 1440000 دج نسبة الضريبة 20%

من 1440001 دج إلى 3600000 دج نسبة الضريبة 30%

من 3600001 دج فما فوق نسبة الضريبة 35%

أما بالنسبة للضريبة على النشاط المهني (TAP)، فهي مقدرة بـ2% من رقم الأعمال.

ثم في قانون المالية لعام 2022 تم تغيير سقف الوعاء الضريبي مرة أخرى و أصبحت هذه القواعد الضريبية كما يلي:

الوكلاء الذين يقل رقم أعمالهم عن 8000000 دج مرغمون بدفع ضريبة جزافية و حيدة (Tarif forfaitaire unique) تقتطع من العمولة التي يتقاضاها كل ثلاثة أشهر، وتشمل على (TAP, TVA, IBS, IRG)، مبلغ الضريبة مقدر بـ 12% من القسط الصافي. و هذا بالإستناد إلى المادة 282 مكرر.

إذا فاق رقم الأعمال السنوي المحقق 8000000دج ، فإن الوكيل العام يخضع للضريبة بصفة عادية، الرسم على القيمة المضافة (TVA) 19% ، و الضريبة على الدخل التي تخضع إلى سلم ضريبي كما يلي

من 0 دج إلى 240000دج لا يخضع للضريبة

من240001دج إلى 480000 دج نسبة الضريبة 23%

من 480001 دج إلى960000 دج نسبة الضريبة 27%

من 960001 دج إلى 1920000 دج نسبة الضريبة 30%

من 1920001 دج إلى 3840000 دج نسبة الضريبة 33%

من 3840001 دج فما فوق نسبة الضريبة 35

أما بالنسبة للضريبة على النشاط المهني (TAP)، فهي مقدرة بـ1,5% من رقم الأعمال.

و يمكن تقديم طلب لإدارة الضرائب ليصبح خاضعا للقواعد الضريبية العادية حسب رقم الأعمال المحقق فعليا.

8. **محاسبة الوكلاء العامون:** في الجزائر الوكيل العام غير ملزم من الناحية القانونية بضبط محاسبة عامة و تحليلية خاصة به كونه شخص طبيعي، وبالنظر إلى علاقته الضيقة بشركة التأمين المانحة للإعتماد بالتالي فإن قسم المحاسبة أو المحاسب الخاص بهذه الشركة هو المسؤول عن ضبط محاسبة الوكيل و تسجيل كل أنشطته ضمن أنشطة الشركة ككل، إلا أنه في الواقع أغلب الوكلاء العامون يلجؤون إلى ضبط محاسبة خاصة بهم لغرض توثيق كل العمليات التي يقومون بها و العلاقة التي تربطهم بالشركة الموكلة. من جهة أخرى فإنه كلما زاد حجم محفظة التأمين للوكيل كلما ازدادت الحاجة إلى تنظيم أحسن و تسيير أدق لعمليات التأمين من ما يستدعي تسجيلات محاسبية.

الإلزاميات المتعلقة بالمحاسبة محدودة بالنسبة للوكيل و تتضمن ما يلي:

- يومية خاصة بالتحصيلات (أو المبالغ المحتمل تحصيلها): تعتبر الوثيقة الأساسية المطلوبة و يجب أن تتضمن هذه اليومية : هوية الزبون، تاريخ و شكل الدفع. حاليا شركات التامين تعتمد على برامج معلوماتية (Des logiciels informatiques) و شبكة الأنترانات أو الأنترنات خاصة بهذه التسجيلات.
- المصاريف (Les dépenses): ما دام أن الوكيل العام لا يتمتع بشخصية اعتبارية (معنوية) فإنه غير ملزم بضبط محاسبة معينة خاصة بالمصاريف و لكن من الصعب جدا الإستغناء عنها، ومن المستحسن ضبطها لغرض ترشيد النفقات و تحسين مردودية الوكيل .
- التصريحات في ما يتعلق بالدخل، الخاضعة للرقابة :

  - دفتر يومي خاص بالمبالغ المحصلة و المصاريف: يجب أن يكون خال من التصحيح، الشطب أو أية كتابة في الهامش، و يسمح للمراقب (المفتش) بالمقارنة بين التسجيلات التي يحتويها هذا الدفتر و مدى مطابقتها للوثائق المبررة لها.
  - تقبل المعطيات، المعلومات و التسجيلات في شكل برامج معلوماتية غير قابلة للتلف، و لكن شريطة إعلام الإدارة المعنية بالرقابة و شرح كيفية عملها بالتفصيل من البداية.

9. وظائف و دور الوكيل العام للتأمين:

يسند للوكيل العام دور مزدوج يتمثل في دوره في توطيد العلاقة مع العملاء (Rôle relationnel)، و دور مهني (Rôle professionnel):

- **دور توطيد العلاقة مع العملاء(Rôle relationnel):** يمكن تلخيص هذه الوظيفة في النقاط التالية:

- بالنظر للوكيل كطرف مستقل تماما عن شركة التأمين و اللوائح التنظيمية الخاصة بها فهو يمثل همزة وصل بين شركة التأمين و العملاء
- نشر الثقافة التأمينية لدى الأفراد و المؤسسات الذين يمكن اعتبارهم كزبائن محتملين، بالتالي توعيتهم بأهمية هذا النشاط.

  هذه المهمة في الواقع تلقى على عاتق وكيل التأمين كونه الأقرب للعملاء و الأكثر تواصلا معهم فتأثيره يكون مباشر.
- جلب انتباه العميل المرتقب و اهتمامه بمزايا خدمات التأمين المعروضة.
- يقوم الوكيل بدور المستشار لكل أفراد المجتمع و المؤسسات في ما يتعلق بتسيير الأخطار و التوجيه.
- دوره مهم جدا في ما يتعلق بإبراز بوضوح ودقة، بصدق و إخلاص كل ما يتعلق باتخاذ قرار الشراء.
- تزويد المؤمن له بالمعلومات الصحيحة و الكافية التي يحتاجها في المرحلة التي تسبق عملية الإكتتاب في كل عقود التأمين سواءا تعلق الأمر بالخواص أو بالمؤسسات، وتستثني هذه الإلزامية عقود إعادة التأمين و الأخطار الكبرى.
- الحرص على المحافظة على العلاقة التي تربطه بالعملاء بعد بيع الخدمة، فهو مسؤول عن الخدمة ما بعد البيع أيضا و كسب ثقة الزبائن
- إرشاد المؤمن له إلى الإلتزام بالدقة و الأمانة و الموضوعية عند قيامه بتزويد العملاء بالمعلومات الضرورية.
- تحسين صور الخدمة التأمينية، فالشهرة و السمعة الجيدة التي تتصف بها قناة التوزيع تنعكس على نوعية المنتجات التأمينية.

- **دور مهني (Rôle professionnel):**

يقوم الوكيل العام، حسب ما يتضمنه عقد التعيين، بعملية الإنتاج و التسيير لصالح المؤسسة التي يمثلها:

فالمهمة الأولى المسندة إليه هي البحث عن زبائن جدد، و يخضع لتعليمات الشركة المانحة للإعتماد في كل ما يتعلق بالتسعيير و شروط التأمين، كما تشمل عملية الإنتاج تجديد عقود التأمين المكتتب فيها من قبل، و يعتبر هذا العمل نشاطا تجاريا.

أما المهمة الثانية فتتمثل في تحصيل الأقساط و تسوية المطالبات بالتعويض فتأخذ هذه المهمة طابعا إداريا.

يمارس الوكلاء العامون للتأمين مجموعة من الوظائف الاقتصادية الهامة: كجمع المعلومات المتعلقة بالزبائن الحاليين و المرتقبين، المنافسين و ظروف السوق.

تطوير و نشر تقنيات الإقناع التي تؤدي إلى تحفيز عملية الشراء و زيادة الطلب.

كما يقوم الوكيل بأنشطة أخرى ذات طابع مهني: كإصدار وثائق التأمين التي تشمل تغطية أخطار معينة بشروط و تكاليف مناسبة للقدرة الشرائية للعميل.

تطبيق قواعد و توصيات الشركة الموكلة و احترام محيط العمل و القدرة على الإندماج فيه

كما يتمتع الوكيل بالمعرفة الفنية و دراية بالأعمال التجارية و القدرة على التواصل مع كل فئات المجتمع، لذا يعتمد المؤمنين في أغلب الأحيان على الوكلاء لحل النزاعات و تسوية المطالبات بالتعويض.

10. **مسؤولية الوكيل العام:** تعتبر عملية التأمين على المسؤولية المدنية إجبارية على وسطاء التأمين، لكن كما ذكرنا سابقا، في حالة التوكيلات يمكن لشركة التأمين أن تأخذ على عاتقها مسؤولية الوكيل و تتعهد بذلك بواسطة إصدار وثيقة رسمية. لكن بالرغم من هذا فإن أغلب الوكلاء العامون يؤمنون على المسؤولية المهنية لعدة أسباب.

في الواقع شركات التأمين في العالم بدون استثناء تحاول أن تستعين (إن لم نقل تغطي مسؤوليتها) بالوكلاء العامون للتستر وراءهم و تفادي نتائج الأخطاء الصادرة عنها.

يتواجد الوكيل العام في مفترق الطرق فهو يمثل من جهة شركة التأمين، ويستقبل المؤمن لهم، يوجههم، يمنح ضمانات، يقوم بتحصيل الأقساط، يسوي المطالبات بالتعويض. كل هذه الأنشطة تجعله معرضا للأخطاء، عدم الإنتباه يمكن أن ينجر عنها إلحاق الضرر سواءا بالشركة التي يمثلها أو المؤمن له. على هذا الأساس يمكن القول بأن مسؤولية الوكيل تكون أوسع بكثير من شركة التأمين، فيكون مسؤولا اتجاه المؤمن لهم و في نفس الوقت مسؤولا اتجاه شركة التأمين.

من هذا المنطلق يمكن طرح التساؤل التالي: هل الوكيل أم شركة التأمين هي المسؤولة عن تعويض الطرف المتضرر مع العلم أن الوكيل العام يشتغل تحت وصاية الشركة المانحة للإعتماد ؟

من منظور القانون المدني فإنه إذا تمت عملية الإكتتاب بتدخل طرف مؤهل لهذا النشاط فإن هذا الأخير إذا كان حاصلا على التوكيل أو الإعتماد يعتبر مسؤولا مدنيا عن الأخطاء وعدم الإنتباه أو الإهمال الصادر عن أحد موظفيه أو مندوبيه.

فالوكيل العام ملزم قانونا بتقديم كل المعلومات و التوجيهات اللازمة للمؤمن له قبل الإكتتاب في أي عقد من عقود التأمين ، ماعدا في حالة عمليات إعادة التأمين و الأخطار الكبرى التي يتم تحديدها قانونا. هذه المعلومات يجب تقديمها بشكل واضح و صحيح كتابيا أو في أي شكل آخر غير قابل للتلف الفوري و سهل الإستعمال، باستثناء حالة البيع بالمراسلة أو عن طريق الهاتف أو الأنترنت. و لكن تطبق نفس القوانين بعد عملية الإكتتاب، المعلومات التي يجب التقيد بتقديمها للزبائن:

- المعلومات الواجب تقديمها في حالة الزبائن الجدد:
  - كل المعلومات الخاصة بالوكيل العام (الإسم، العنوان...إلخ)
  - الترقيم الخاص به
  - علاقاته المالية التي تربطه بشركات معينة، نسبة مساهمته...إلخ
  - إعلام الزبون بمكتب الإستعلامات و الشكاوي
- المعلومات الواجب تقديمها قبل الإكتتاب في أي عقد تأمين:
  - أسم الشركة أو الشركات التي يمثلها الوكيل
  - التصريح بنسبة العمولة التي يتقاضاها بطلب من الزبون

قانون التأمين الخاص بالوساطة التأمينية لا يتضمن هذه الإلزامية، لكن بعد التصريحات الخاطئة و المبالغ فيها التي اكتشفت في الولايات المتحدة الأمريكية (Sur-commissions)، أصبحت معظم البلدان في العالم تفرض كل وسطاء التأمين بما فيهم الوكيل العام بالتصريح الصحيح بهذه المعلومات.

- الإرشاد و التوجيه: الوكيل العام ملزم بالتوضيح كتابيا أو في شكل آخر غير قابل للتلف، متطلبات الإكتتاب في عقد تأمين معين لمكتتب محتمل. هذه العملية تهم أكثر الوسيط بالرغم من صعوبتها، فهي تمثل الدليل على قيامه بمهامه التي وكل عليها، و غالبا ما يتفق الوكلاء العامون مع شركات التأمين لتحديد نموذج معين يعتمد عليه لتقديم النصائح و الإرشادات في كل نوع من عقود التأمين و تسمح هذه العملية بتجميع المعلومات حول اهتمامات الزبائن و أنواع الضمانات المطلوبة أو غير المرغوب فيها، خصوصا في فرع تأمينات الأشخاص.
- الإرشاد و الدعاية و إجبارية الإرشاد و التوجيه: الوكيل العام مرغم قانونا في معظم دول العالم بإعلام الوكيل بكل أنواع الإشهار و الدعاية التي يستعملها، وتلتزم الشركة الموكلة بتقديم النماذج المسموح بها قانونا مع إعلام الوكيل بكل التعديلات.

و كنتيجة على هذه المهام المسندة للوكيل العام، وبالنظر إلى طبيعة نشاط التأمين التعاقدي فإن المؤمن له المتضرر نتيجة لعدم الإرشاد الصحيح من طرف الوكيل العام ينجر عنه مطالبات بالتعويض لدى شركة التأمين. بالنسبة للوكيل تعتبر مسؤولية عمدية (لعدم وجود عقد يربط بينهم)، وفي حالة أخطاء أو نزاعات يكون للمؤمن له سلاح ذو حدين، مسؤولية عمدية يتحملها الوكيل العام و مسؤولية تعاقدية تتحملها شركة التأمين.

11. **مردودية الوكيل العام:** المردودية عبارة عن معيار لتقييم أداء المؤسسة الاقتصادية، أهميتها تكمن في معرفة مدى فعالية الوسائل المستعملة في تحقيق النتائج المنتظرة.

بصفة عامة مدخلات المؤسسة أو ما يعرف بالوسائل المستعملة يمكن تقسيمها إلى الرأسمال الاقتصادي و الرأسمال المالي، بالتالي يمكننا استخلاص نوعين من المردودية، مردودية اقتصادية و مردودية مالية، وغالبا ما تستعمل 3 معايير لحساب المردودية:

$$1- \text{نسبة تطور الإنتاج} = \frac{\text{الإنتاج المحقق}}{\text{الإنتاج المتوقع}}$$

2- نسبة النمو $= \frac{\text{رقم أعمال السنة الجارية}(n)}{\text{رقم أعمال السنة السابقة}(n-1)}$

3- نسبة التحصيل و تغطية الأقساط، و تقدر بنسبتين:

- نسبة التحصيل لثلاثة أشهر $= \frac{\sum \text{التحصيلات لثلاثة أشهر}}{\sum \text{الإنتاج المحقق لثلاثة أشهر}}$
- نسبة التغطية التأمينية $= \frac{\sum \text{الديون المغطاة نهاية الثلاثي}}{\sum \text{الديون}}$

يمكن لشركة التأمين أن تعتمد على نسب أخرى تستعمل في التحليل المالي، بالإضافة إلى النسب المذكورة أعلاه، لتقييم مساهمة الوكلاء في التحسيين من مردودية الشركة مثل:

- نسبة المساهمة في النتيجة التقنية للشركة:

- معدل الكارثية (le taux de sinistralité)$= \frac{\text{نسبة الكوارث}}{\text{الأقساط الصافية}}$
- معدل تكاليف الإستغلال $= \frac{\text{تكاليف الإستغلال}}{\text{الأقساط الصافية}}$

كما يمكن تقييم مساهمة و دور الوكلاء العامون في تحسين هامش الملاءة لشركة التأمين من خلال حساب نسبة مساهمتهم، المساهمة في تقوية الرأسمال الخاص و الرفع من المخصصات التقنية، تخفيض الأخطار التشغيلية (تقدير القيمة المعرضة للخطر)...ألخ.

خلاصة: من ما سبق تتضح أهمية نشاط الوكلاء العامون، فبالرغم من تطوير قنوات توزيع جديدة إلا أن أسلوب التوكيلات يبقى يغطي حوالي 40% في فرع تأمينات الأضرار و 12% من فرع تأمينات الأشخاص، و يبقى القناة الأساسية لتوزيع خدمات التأمين، بالخصوص في الأسواق الناشئة بالنظر للحاجة الماسة للإستشارة والتوجيه و التواجد بالقرب من العملاء لتحقيق المنفعة المكانية والزمانية. هذه الوظيفة تعتبر مهمة جدا من ناحية نشر الثقافة والوعي بأهمية الخدمة التأمينية.

نقطة الضعف التي يعاني منها الوكيل هي نقص الحيوية، بالنظر إلى الطابع الروتيني الذي يطغى على نشاطه و المتعلق أساسا بطبيعة المكافأة التي يتقاضاها، فهو غير مهتم بالإكتتاب الجديد بقدر ما يهتم بما لديه من عقود تأمين و الحفاظ عليها بالتالي يتعذر عليه التنبؤ بالتطورات المستقبلية لظروف السوق و الأزمات من ما ينتج عنه ضعف الرؤيا على المدى الطويل. لا يهتم الوكيل بالزيادة في نسبة النمو، وكلما كانت محفظة الزبائن معتبرة كلما قلت رؤيته للمستقبل.

ينشط في سوق التأمين الجزائري حاليا أكثر من 1700 وكيل عام موزعين كالتالي: حوالي 1300 وكيل في فرع تأمينات الأضرار و ما يقارب 400 و كيل في فرع تأمينات الأشخاص يساهمون بأكثر من 40% من توزيع خدمات التأمين.

وكلاء التأمين منظمين في جمعية مهنية ANAGA أنشأت سنة 2000، تحتل شركة CIAR المرتبة الأولى من حيث الشركات التي تعتمد أساسا على الوكلاء العامون في توزيع خدماتهم و تحقق 98% من رقم أعمالها بالإعتماد على الوكلاء العامون، تليها شركة SAA الممثلة بأكثر من 200 وكيل عام يساهمون بنسبة 31% من رقم أعمالهم.

المحور الرابع:

سماسرة التأمين Les courtiers d’assurance

تمهيد: يعرف سمسار التأمين استنادا إلى المادة 258 من الأمر 95-07 بالشخصية الطبيعية أو المعنوية (الإعتبارية) الذي يعمل لحسابه الخاص من خلال التواجد بين المؤمن و المؤمن له لغرض الإكتتاب في عقد تأمين معين. فالسمسار يعتبر مفوض من طرف المؤمن له و ليس المؤمن و يكون مسؤولا اتجاه المؤمن لهم و في أغلب الأحيان يطلق عليه إسم المؤمن الموجه أو المستشار (L'assureur conseil). كما يعتبر نشاط السمسرة نشاط تجاري حسب ما تمليه المادة 259 من نفس القانون، بالتالي فإن السمسار ملزم بالتسجيل في السجل التجاري ليصبح خاضعا للقانون التجاري كأي تاجر آخر، و لا يمكنه مزاولة نشاطه إلا بعد الحصول على الإعتماد بموجب المادة 260[1].

كما يتوجب على السمسار، التأمين على النتائج المترتبة عن حالات الإعسار المالي (Les conséquences pécuniaires) بموجب المادة 261 و الناتجة عن مسؤوليته المدنية المهنية.

الحد الأدنى لضمان هذا العقد محدد في أوربا بـ 1.5 مليون يورو لكل ضرر، و 2 مليون يورو للسنة، و لا يمكن لعتبة الإعفاء (الإقصاء) La franchise أن تتعدى 20%[2].

كما تنص المادة 262 على إلزامية السمسار الذي يقوم بتحصيل مبالغ مالية، لغرض تحويلها لشركات التأمين أو المؤمن لهم، تقديم ضمانات مالية في شكل وديعة ضمان لدى الخزينة العمومية او في شكل كفالة بنكية.

حدد مبلغ الضمان المالي في الجزائر بالنسبة للسماسرة بـ 150 مليون دج و 150000 يورو في بلدان الإتحاد الأوروبي.

مهمة السمسار الأساسية هو الوصول إلى عملية الإكتتاب عن طريق تقليص المسافة بين طرفي العقد إلى أقل حد ممكن، و يمارس نشاطه دون أي ارتباط حصري مع شركة أو شركات تأمين معينة.

---

[1] القانون رقم 06-04 المؤرخ في 2006/03/20، المعدل والمتمم للأمر رقم 95-07 المؤرخ في 1995/01/25 والمتعلق بالتأمينات، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 15

[2] KPMG, Op-cit, P41.

استنادا إلى التعليمة الأوربية DIA1(2002) 1 ، فإن نشاط السمسار يخضع للقوانين و اللوائح التنظيمية لقطاع التأمين، ويصنف ضمن أنشطة الوساطة التأمينية من خلال العرض الشفوي أو الكتابي لشروط عقد التأمين للعملاء المحتملين .

كما يستوجب على سمسار التأمين التسجيل لدى الهيئات العليا للتأمين مثل ORIAS في فرنسا، CNA في الجزائر.

يمنح الإعتماد للسماسرة عن طريق قرار وزاري (يصدر عن الوزير المكلف بالمالية) و ذلك بعد استشارة المجلس الوطني للتأمينات (CNA).

1- شروط الحصول على الإعتماد لسمسار التأمين[1]: تختلف هذه الشروط بأختلاف هيئة السمسار:

- بالنسبة للأشخاص الطبيعيين: يشترط فيهم الخلق الحسن كما شرحناه سابقا بالنسبة للوكيل العام، بلوغ السن القانوني 25 سنة، الجنسية الجزائرية ، التأهيل المهني، الضمانات المالية، الإقامة في الجزائر، حيازة محل تجاري أو مكتب خاص.
- بالنسبة للأشخاص الإعتباريين:
  - المسيرين: استيفاء الشروط الأربعة الأولى المذكورة سابقا.
  - الشركاء (المساهمين): الخلق الحسن، الجنسية الجزائرية، الضمانات المالية، الإقامة في الجزائر، تحرير الرأسمال للإكتتاب حسب ما ينص عليه القانون، القدرة المالية المطلوبة.

يرفق طلب الإعتماد بالوثائق التالية:

- بالنسبة للأشخاص الطبيعيين: طلب خطي يتضمن عمليات التأمين المرغوب في تغطيتها، شهادة الميلاد، شهادة الجنسية، شهادة السوابق العدلية رقم 3، شهادة إثبات التأهيل المهني، شهادة الإقامة،

[1] القانون رقم 06-04 المؤرخ في 2006/03/20، المعدل والمتمم للأمر رقم 95-07 المؤرخ في 1995/01/25 والمتعلق بالتأمينات، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 15

تصريح شرفي بعدم ممارسة أي نشاط آخر يتناقض قانونا مع نشاط السمسرة، الوثائق المبررة للضمان المالي.

- بالنسبة للأشخاص الإعتباريين: طلب خطي يتضمن فروع التأمين المرغوب في تغطيتها، نسخة مصادق عليها لهيئة شركة السمسرة، وثيقة تثبت تحرير و فتح الرأسمال للإكتتاب.

  - بالنسبة للمسيرين: شهادة تثبت التأهيل المهني، شهادة الميلاد، شهادة الجنسية، شهادة السوابق العدلية رقم 3.
  - بالنسبة للمساهمين (الشركاء): شهادة الجنسية، شهادة السوابق العدلية رقم 3، شهادة الإقامة، شهادة الضمان المالي و هي نفسها لكل مساهم.

2- شروط التأهيل المهني[1]: يشترط على المترشح لمهنة السمسرة استيفاء إحدى الشروط التالية :

- شهادة إنهاء الدراسة في الطور الثانوي أو شهادة معادلة لها، إضافة إلى خبرة مهنية في المجال التقني للتأمين لمدة 10 سنوات على الأقل.
- شهادة إنهاء الدراسات العليا في الطور الأول في إحدى التخصصات التالية : العلوم القانونية، الاقتصادية، المالية و التجارية، إضافة إلى خبرة مهنية في المجال التقني لمدة تفوق 5 سنوات.
- شهادة إنهاء دراسات عليا معمقة أوشهادة إنهاء الطور الثالث في إحدى التخصصات المذكورة سابقا، إضافة إلى خبرة مهنية في المجال التقني للتأمين لمدة 3 سنوات على الأقل.

تم تعديل هذه الشروط مؤخرا لتشمل بعض الشهادات التي ظهرت حديثا كما يلي:

الحصول على شهادة التعليم العالي (شهادة البكالوريا + 2 سنوات) على الأقل أو شهادة تقني سامي في التأمينات، إضافة إلى خبرة مهنية في المجال التقني للتأمينات، أو المجالات المماثلة لها، تفوق 5 سنوات.

و يمكن تعويض الخبرة المهنية بتكوين لمدة 18 شهرا على الأقل في معهد متخصص أو مركز تكوين معتمد من طرف الدولة.

[1] Bulletin du CNA, Op-cit, P50.

يتم إيداع ملف طلب الإعتماد على مستوى مديرية التأمينات لدى وزارة المالية أو لدى المجلس الوطني للتأمينات

و لا يمكن للسماسرة مزاولة نشاطهم إلا بعد الحصول على الإعتماد و التسجيل في السجل التجاري.

وثيقة الإعتماد التي يحصلون عليها يجب أن تتضمن إسم السمسار أو شركة السمسرة و فروع التأمين التي يغطيها، رقم الأمر و تاريخ الإصدار.

يحتفظ بدفتر يشمل الإعتمادات الممنوحة للسماسرة لدى وزارة المالية و تكون هذه الدفاتر مرقمة ترقيما صحيحا و ممضية لا تحتوي على تصحيح أو شطب (Paraphé).

يمكن رفض طلب الإعتماد كليا أو جزئيا، كما يمكن سحب الإعتماد في حالة عدم التوافق مع الشروط المحددة قانونا للحصول على الإعتماد.

كما يمكن سحب الإعتماد في حالة الإعلان عن الإفلاس أو التوقف عن النشاط لمدة تفوق السنة.

عملية سحب الإعتماد تتم بأمر من الوزير المكلف بالمالية بعد استشارة المجلس الوطني للتأمينات، و السماسرة المعرضين لإمكانية سحب اعتمادهم يتم إعلامهم مسبقا برسالة تحذيرية و يحق لهم الإجابة على الرسالة في أجل لا يتعدى 15 يوم.

يحق للسمسار الذي تقرر سحب اعتماده للجوء إلى الطعن لدى الهيئة التشريعية المعنية.

3- **أجر (مكافأة) السمسار:** استنادا إلى المادة 22 من قانون التأمين الجزائري فإنه للسمسار حق في الحصول على أجر مقابل نشاطه و المتمثل في عمولة محتسبة على قسط التأمين الصافي من كل الحقوق و الرسوم، يتفق عليها عن طريق التفاوض و بكل حرية مع الزبائن. تختلف هذه العمولة حسب نوع العقد و شركة التأمين و في غالب الأحيان تكون هذه العمولة مرتفعة في تأمينات الأضرار.

بصفة عامة فإن أجر السمسار ينقسم إلى أربعة أجزاء: جزء عبارة عن عمولة يتقاضاها من المؤمنين، جزء آخر من المؤمن لهم أو المؤسسات، و جزء عبارة عن المقابل نتيجة الإستشارة،

أعمال التدقيق و التوجيه، أما الجزء الأخير فهو عبارة عن الفوائد التي يحصل عليها مقابل التوظيفات (بالخصوص في الأسواق المالية).

ويمكن للسمسار أن يحصل على العمولة من طرف معطي الأوامر، أو المتعاقد، أو الإثنين معا.

في غالب الأحيان تتراوح العمولة التي يتقاضاها السمسار بين 3 و 20% من القسط الصافي من كل الرسوم.

و تبقى إشكالية العمولات التي يتقاضاها السمسار تثير جدلا قائما في إطار الفضائح المالية التي ظهرت مؤخرا، بداية بقضية أكبر مجمعات التأمين في العالم AIG عندما أمر القاضي Elliot Spitzer بالتحقيق على نشاط هذه المؤسسة بعد الشكوك المتعلقة بتصريحاته لدى هيئات الرقابة.

ثم تلتها قضية أخرى تخص أكبر شركة سمسرة في العالم MARSH بعد أن تمت إقالة مديرها Jeffrey Greenberg نتيجة تلقيه لعمولات غير قانونية.

كل هذه الأمثلة عبارة عن محاولات للتلاعب بمصالح العملاء من خلال توجيههم لمؤسسات معينة دون أخرى، ليس لأنها تمثل أفضل تغطية و إنما لغرض العمل في إطار اتفاقيات و عمولات امتيازيه يحصل عليها السماسرة. بهذا الشكل أصبح السماسرة مرغمين قانونا على التصريح بالعمولات التي يتقاضونها.

4- دور و مهام سمسار التأمين [1]: شهد المحيط الإجتماعي و الاقتصادي عدة تغيرات مؤخرا بعد أزمة 2008/2007، حيث ازدادت نسبة التضخم في معظم بلدان العالم و أصبح المحيط الخارجي للمؤسسات غير مستقر و أدى ذلك إلى تجنب التعامل مع المؤسسات المالية، خاصة على المدى الطويل، و انصب اهتمام الزبائن المحتملين في قطاع التأمين على الأسعار و المقارنة بينها عبر شبكات الأنترنت.

كل هذه المعطيات أدت إلى تعزيز دور السمسار و ازدادت أهمية نشاطه بالنظر إلى وظيفة التوجيه و الإستشارة و التفاوض التي تميزه عن باقي الوسطاء لتلبية حاجات و رغبات الزبائن التي ازدادت في هذا المجال.

[1] www.assurance-STA.com, visité le 23/05/2019.

من الواضح جدا أنه في الوضعية الاقتصادية الغير مستقرة يكون البائع أكثر اطلاعا على نوعية المنتوج و ظروف السوق من المشتري، فتتكون الحاجة ماسة بالنسبة لهذا الأخير للإستشارة و التوجيه ، بالتالي يكون السمسار في أحسن وضعية للقيام بنشاطه كما يجب.

حتى و إن كانت مساهمة سمسار التأمين في سوق التأمين الجزائري ضعيفة لا تتعدى معدل 6 % و عددهم لا يزيد عن 68 سمسار (إلى غاية 2020)، فإن نشاط السمسرة يحتل المرتبة الثالثة عالميا في تأمينات الأضرار و الرابعة في تأمينات الأشخاص. يساهمون بأكثر من 36 % من تامينات الأضرار و حوالي 27 % في تأمينات الأشخاص في فرنسا ، في الولايات المتحدة، إنجلترا و كندا تفوق مساهمتهم 75% من تامينات الأضرار.

مهمة التواجد بين المؤمن و المؤمن له عبارة عن وظيفة ثانوية فقط بالنسبة للسمسار لأن هذا الأخير عبارة عن وكيل ممثل و مستشار في آن واحد للعميل أثناء عملية الإكتتاب، فالأمر لا يتعلق بطرفين كما هو الحال بالنسبة للوكيل العام، بل يتدخل فيه ثلاثة أطراف، بالإضافة للمؤمن و المؤمن له يتدخل السمسار كمشتر للضمان لصالح عميله.

من الناحية القانونية يعتبر السمسار ممثل يعمل لمصلحة عملائه، كون محفظة الزبائن ملكا له و يحق له إلغاء عقد تأمين تامين معين مع شركة معينة و تحويله لشركة أخرى حسب مصلحة و رغبة زبائنه.

- السمسرة عبارة عن نشاط في خدمة المؤسسات: تعتبر خدمة التأمين من أكثر الخدمات تعقيدا و من الصعب المقارنة بينها على أساس النوعية و السعر، فاختيار خدمة تأمين معينة يحتاج إلى الكثير من التفكير الأولي، لأنه في حالة الإختيار غير الصحيح لا يمكن ملاحظة النتائج أو الإنتباه لمدى مناسبة (ملاءمة) الخدمة للحاجة إلا بعد وقوع الخطر، أي بعد فوات الأوان. في إطار هذا الواقع الصعب بالنسبة للمؤسسة تصبح وظيفة السمسار مهمة جدا للقيام بأنشطته المختلفة المتمثلة في:

  - التوجيه و الإستشارة لغرض الحصول على الإختيار الأفضل
  - الدفاع على حقوق و مصالح العملاء
  - ضمان متابعة مستمرة لتطور الأخكار

- توفير كل الإجابات على أساس دراسة دقيقة حسب حاجات المؤمن لهم و ظروف العرض

فقط السمسار بإمكانه التميز بهذه الخصائص كونه يتعامل مع كل فئات المجتمع و كل القطاعات الاقتصادية.

- السمسار عبارة عن مستشار: حيث يستوجب على السمسار تقديم خدمة الإستشارة لزبائنه و تمثيلهم في الفترة قبل و بعد التعاقد.

توفير استشارات و توجيهات مختلفة حسب مرحلة التدخل، فدور السمسار لا يتلخص فقط في توفير الخدمة التأمينية بتكلفة معقولة فقط ، و لكن توجيه الزبائن عن طريق تحكيم عقلاني للتعاقد في أحسن الظروف المتعلقة بالسعر و الضمانات الممنوحة.

- مساهمة السمسار في تحرير عقود التأمين: من خلال تحليل و دراسة رغبات الزبائن التي تعتبر من أولويات وظيفة السمسرة، ليقوم في المرحلة الموالية بضبط الإطار القانوني و التقني لهذه الرغبات. هذا يعني القيام بقراءة دقيقة لمختلف الشروط العامة و الخاصة المقترحة، و التفاوض على إلغاء كل الهفوات و التناقضات التي يمكن أن تترتب عن قسط التأمين المبالغ فيه و التعويضات الغير العادلة (الغير الصحيحة).
- تسيير الأضرار: يتلقى السمسار كل التصريحات و التقارير الخاصة بالأضرار و يحق له طلبها من الجهة المعنية و إعادة معاينتها بالتفصيل، كما يمكنه توظيف خبراء للتحري في الأضرار و يسهر على حصول الزبائن على التعويض المناسب و المقدر تقديرا صحيحا في الآجال المتفق عليها و الظروف العادية.
- الدفاع عن مصالح المؤمن له: كونه وكيل للمؤمن له و ليس لشركة التأمين فإن مهمته تتلخص في الدفاع عن المصالح القانونية للمؤمن لهم مهما كانت الظروف، كما يتوجب عليه توجيه المؤمن له إلى مختلف الأنشطة و المراحل التي يجب اتباعها، المطالبات و الشكاوي...إلخ.
- الدور المستحدث للسمسار: تطورت مهنة السمسرة مؤخرا و أضيفت أنشطة أخرى للدور التقليدي للسمسار المتمثل في تعزيز إجبارية الإستشارة و التوجيه و البحث عن أحسن خدمة و التسيير

الفعال للعقود و الأضرار. أصبح الاهتمام ينصب أكثر على الحوار المتواصل بين المؤمن و المؤمن له لتعزيز الثقة، التحكم في الأخطار، تطوير تقنيات جديدة...إلخ.

فالسمسار من خلال التعامل مع طرفي العقد يحاول جاهدا الإطلاع على ظروف التأمين لغرض الإستشارة، و أصبح بإمكانه الإطلاع على أدق التفاصيل المتعلقة بخطر معين، هذه الوظيفة أدت إلى تحسيس و توعية المؤمن لهم بمدى أهمية الوقاية من الأخطار للتخفيض من احتمال وقوعها.

فالسمسار من خلال هذا الدور المستحدث يقوم بـ:

- المراقبة و التنبؤ و تقدير الأخطار المحتملة، التوجيه للإختيار المناسب
- يتدخل في نشاط الزبون، يرافق نشاطه و يراقب تطورات المحيط الذي ينشط فيه.
- دوره يتمثل أيضا في تطوير استراتيجيات لغرض الحماية و تسيير الأخطار.

كما يمكن للسمسار القيام ببعض الأنشطة الأخرى التي ليست لديها علاقة مباشرة مع عملية الإكتتاب في عقود التأمين لينافس مراكز الخبرة و الإستشارة و التدقيق مثل[1]:

- التدقيق (l'audit) والإستشارة في ما يتعلق بالأخطار و الوقاية بدون تأمين (التأمين الذاتي)
- التدقيق (l'audit) والإستشارة في ما يتعلق بالأخطار و الوقاية من الأخطار أثناء سريان عقد التأمين
- تسيير الأضرار الغير المؤمنة
- تسيير الطعون
- دراسة و تحليل الأخطار

الجدول رقم 2: قائمة سماسرة التأمين و إعادة التأمين المعتمدين في الجزائر(2021):

سماسرة التأمين	سماسرة إعادة التأمين
Wafassurances CARIP Pan Assurance Best Assurances CHEDDADI Taoufik EURL Algeria Broking Services Assurance SARL United Global Insurance	Marsh Limited Market Insurance Brokers Limited (Mib) ; General Reinsurance Services Ltd (Grs) ; JLT Speciality Limited ; Butcher Robinson & Staples International Limited ;

[1] Philippe Colle, Assuralia, « les cahiers de l'assurance », Maison de l'assurance, Bruxelles, 2008, P29.

AXA Cessions Broker ; Al Wasl Insurance Brokers Limited ; Integro Insurance Brokers Limited ; Assuralea. Groupe Med Reinsurance Brokers Limited Daewoo Ins Korea Corp ; AON Benfield Iberia Correduria De Reaseguros SA ; Apex Insurance & Reinsurance Brokers And Consultancy ; ED Broking LLP (Ex-CGNMB LLP) ; Interlink Insurance & Reinsurance Brokers Private Limited ; Afro-Asian Insurance Services LTD ; Cabinet d'Assurance et de Réassurance Labidi & Cie ; C&G Commercial & General S.A.L Reinsurance Brokers ; Miller Insurance Services LLP ; AON Benfield Middle East Limited ; JLT Reinsurance Brokers Limited ; Fair Insurance & Reinsurance Brokers. AON UK Limited ; Atlas Reinsurance Consultants (A.R.C) S.A ; African Reinsurance Brokers (ARB) ; Chedid Europe Reinsurance Brokrage Limited ; CKre Limited ; Gras Savoye S.A.S ; Guy Carpenter & Compagnie Limited ; J.B. Boda Reinsurance Brokers Private Limited ; Lockton (Mena) Limited ; Marsh S.A.S (France) ; Marsh, S.A. Mediadores de Seguros (Espagne) ; Nasco France S.A ; Rfib Group Limited ; United Insurance Brokers Limited ; Willis Limited ; Pioneer Insurance & Reinsurance Brokers Private Limited. KOMILL Global NR Service CO., LTD ; AON Tunisie S.A.	ABBACI Djamel SARL Maher Assurance EURL ALINAS SARL B&K Conseil, Placement et Courtage EURL CAP Assurance EURL Totale Assurance DJELLAB Mohamed BENDRIDI Ghoulame Mohamed ALOUI Hadj Abdenaceur BOUTTEMINE Mohamed EURL ASSA INSURANCE BROKER HADID Rachid SELLOUM Merzoug EURL INARA Assurance EURL K2N Assurances BOUDEFFA Tahar SARL CCCA EURL CHABANE Assurances OUADAH Hocine EURL SAKHRI Assurance EURL Réda Fedjighal courtage d'assurance HAFID Karim FERGUI Farid EURL DJABOUB courtage en assurances SELLIDJ Abdelhakim BENKORICHI Khaled EURL ICARN SARL SCCA Courtage EURL AYMING Assurance EURL Aisance Assurance EURL LANGUER Assurance MAHRANE Mohammed EURL PRO Assurance EURL EXCELLENCE Assurance HEDDOUCHE Djamel MEHIAOUI Sid Ahmed KADRI Sofiane FARAH Hocine BENABDELMOUMENE Assia Djida

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على موقع CNA.

كل هؤلاء السماسرة منظمين في هيئات و جمعيات مثل الغرفة النقابية لسماسرة التأمين CSCA و إتحاد سماسرة التأمين UACA.

5- **أنواع السماسرة:** بالإضافة إلى سماسرة إعادة التأمين المتخصصين في عمليات إعادة التأمين، فإنه يمكننا التمييز بين خمسة أنواع من السماسرة الآخرين لكل خصوصياته نذكرها بصفة موجزة في ما يلي:

- **السمسار العام Le courtier généraliste:** خصوصيته تتمثل في القدرة على تغطية كل فروع التأمين، أو كل الأخطار القابلة للتأمين، غير متخصص في عقود تأمين معينة، و هذا يتوقف على مدى اطلاعه و معرفته الواسعة بكل أنواع التأمين، لكي تكون لديه الأهلية لمواجهة جميع طلبات الزبائن المتعلق بالإستشارة و التوجيه.

تسند للسمسار العام، في بعض الأحيان، مهنة السمسار البائع بالجملة، ولكن نشاطه الأساسي يبقى دائما يصنف ضمن الأنشطة العامة التي تشمل كل فروع التأمين، يمكننا ذكر بعض السمساسرة العامين المعروفين على المستوى الدولي مثل: AON، ASS2000، GRAS SAVOYE، Euro Conseil Ass، هذا الأخير يتعامل مع عدد متوسط من الزبائن (حوالي 1600 زبون) و مؤسسات متوسطة الحجم للحرفيين و التجار. يقوم السمسار العام بعملية التحليل و التنبؤ بالأخطار، يتفاوض مع شركات التأمين، يحدد التغطية المناسبة و يساهم في عملية تحرير عقود التأمين.

- **السمسار المتخصص Le courtier spécialiste:** تعرض قطاع التأمين لعدة تغيرات، تغيرت معه الحاجات و الأخطار المعرضة لها الأفراد و المؤسسات، فظهور السمسار المتخصص كانت نتيجة لهذه الرغبة الملحة و مواكبة لهذه التغيرات. فالبعض من السماسرة أصبحت لديهم الرغبة في التركيز على نوع معين من الأخطار و تطوير قدراتهم بالتركيز و التخصص في مجال معين، كأخطار الطيران، الأسفار و الرحلات، الصحة، البنايات و الأشغال العمومية...إلخ. من بين السماسرة المتخصصين Covassur في مجال التأمين المهني، AIR Courtage Aviation لتغطية الأخطار المتعلقة بالطيران، الرحلات و الأسفار.

- **السمسار البائع بالجملة Le Courtier grossiste:** يتميز بقدرته على تحديد و تنميط منتجات تأمينية أصلية لدى المؤمنين حسب رغبة فئة معينة من الزبائن المستهدفين، هذه الفئة من الزبائن تكون في وضعية لا تغطيهم خدمات التأمين المتاحة في السوق أو أن التغطية الموجودة غير كافية. الهدف من ظهور السمسار البائع بالجملة هو التواجد في مواقع لا يمكن للمتدخلين الآخرين في مجال التأمين التواجد فيها (La stratégie de niche).

كما نشير إلى أن ظهور السمسار البائع بالجملة مرتبط أيضا بتردد شركات التأمين و عدم رغبتها في تأمين بعض الأخطار الخاصة، فهو يقوم بتسهيل هذه العملية عن طريق التسيير الكلي لهذه الأخطار بما فيه الإكتتاب، بهذه الطريق أصبح بإمكانهم المساعدة و المساهمة في ظهور منتجات تأمينية جديدة و بأسعار تنافسية.

في ما يتعلق بعملية توزيع هذه الخدمات تتم إما عن طريق شبكة الوكلاء العامة أو عن طريق السماسرة المتخصصين أو العامون بالنظر إلى الشرح المفصل و الطابع التفاوضي الذي يحتاج إليه العملاء.

يمكننا ذكر أمثلة عديدة عن السماسرة البائعين بالجملة مثل:

ALPTIS: في المجال الصحي و الإدخار

APRIL assurances: فرع تأمينات الأشخاص

Assurmarisk Group: منتجات تأمينية خاصة بالمسابح و نجارة الخشب و مشتقاته

Solly Azar، Novelia...إلخ.

- **السمسار المحلي Le Courtier local:** من خلال تسميته يتضح جليا أن هذا النوع من السماسرة يتواجد بالقرب من الزبائن لغرض كسب و تعزيز الثقة مع العملاء بصفة مستمرة

- **السمسار على الخط Le Courtier en Ligne:** هو النوع من السماسرة المختص في عملية بيع عقود التأمين عبر شبكة الأنترنيت، ارتبط ظهور هذا النوع من السماسرة بتطور تكنولوجيا

المعلومات و الإتصال (TIC) منذ نهاية التسعينات، مقرهم عبارة عن مواقع أنترنيت معتمدة، و يوجد حاليا الكثير منهم مثل :

Assur 4: في تأمينات الأضرار

ALTA Profits: مختص في البرامج الإدخارية و تأمينات الأشخاص

Assur on line، Euro Assur، Net assurances...إلخ.

6-التصنيف الاجتماعي و الضريبي للسمسار[1]:

من خلال التعريف و المادة 259 من قانون التأمين الجزائري يعتبر نشاط سماسرة التأمين نشاط تجاري، بالتالي يتم تصنيفهم ضمن العمال غير الأجراء (TNS)، فيساهمون باقتطاعات ضمن صندوق الضمان الاجتماعي للعمال الغير الأجراء CASNOS.

من الناحية الضريبية يتم احتساب الوعاء الضريبي بطريقة مختلفة إذا تعلق الأمر بسمسار ذو شخصية طبيعية أو السمسار بشخصية اعتبارية (مؤسسة).

استنادا إلى قانون المالية 2015، في الحالة الأولى التي يكون فيها السمسار شخصية طبيعية فإنه مرغم على دفع ضريبة على النشاط المهني تقدر بـ 2% من رقم الأعمال المحقق. إذا كان رقم الأعمال أقل من 30000000 دج يخضع للتقدير الجزافي للضريبة، أما إذا فاق رقم الأعمال المحقق هذه العتبة فإنه مرغم بدفع ضريبة 5 % من رقم الأعمال على نشاط البيع و الشراء و 12% من رقم الأعمال كضريبة على تقديم خدمة التأمين.

في الحالة الثانية التي ينشط فيها السمسار في هيئة شخصية اعتبارية فإنه يخضع للضريبة على أرباح المؤسسات (الصناعي والتجاري، Bénéfice industriel et commercial)، و بما أنه عبارة عن مؤسسة تجارية وخدماتية فإن الضريبة تقدر بـ 26%.

[1] O**rdonnance n° 95/07 du 25 /01/1995** relative aux assurances modifiée et complétée par la Loi 06-04 du 20 février 2006 , titre III, chapitre I, articles 252. Jo n°15 du 12 mars 2006.

عملا بقانون المالية لعام 2021 تم تغيير سقف الوعاء الضريبي و أصبحت هذه القواعد الضريبية كما يلي:

الوكلاء الذين يقل رقم أعمالهم عن 15000000 دج مرغمون بدفع ضريبة جزافية و حيدة (Tarif forfaitaire unique) تقتطع من العمولة التي يتقاضاها كل ثلاثة أشهر، وتشمل على (TAP, TVA, IBS, IRG)، مبلغ الضريبة مقدر بـ 12% من القسط الصافي. و هذا بالإستناد إلى المادة 282 مكرر.

إذا فاق رقم الأعمال السنوي المحقق 15000000دج ، فإن الوكيل العام يخضع للضريبة بصفة عادية، الرسم على القيمة المضافة (TVA) 19% ، و الضريبة على الدخل التي تخضع إلى سلم ضريبي كما يلي

من 0 دج إلى 120000دج لا يخضع للضريبة

من120001دج إلى 1440000 دج نسبة الضريبة 20%

من 1440001 دج إلى 3600000 دج نسبة الضريبة 30%

من 3600001 دج فما فوق نسبة الضريبة 35%

أما بالنسبة للضريبة على النشاط المهني (TAP)، فهي مقدرة بـ2% من رقم الأعمال.

ثم في قانون المالية لعام 2022 تم تغيير سقف الوعاء الضريبي مرة أخرى و أصبحت هذه القواعد الضريبية كما يلي:

الوكلاء الذين يقل رقم أعمالهم عن 8000000 دج مرغمون بدفع ضريبة جزافية و حيدة (Tarif forfaitaire unique) تقتطع من العمولة التي يتقاضاها كل ثلاثة أشهر، وتشمل على (TAP, TVA, IBS, IRG)، مبلغ الضريبة مقدر بـ 12% من القسط الصافي. و هذا بالإستناد إلى المادة 282 مكرر.

إذا فاق رقم الأعمال السنوي المحقق 8000000دج ، فإن الوكيل العام يخضع للضريبة بصفة عادية، الرسم على القيمة المضافة (TVA) 19% ، و الضريبة على الدخل التي تخضع إلى سلم ضريبي كما يلي

من 0 دج إلى 240000دج لا يخضع للضريبة

من240001دج إلى 480000 دج نسبة الضريبة 23%

من 480001 دج إلى960000 دج نسبة الضريبة 27%

من 960001 دج إلى 1920000 دج نسبة الضريبة 30%

من 1920001 دج إلى 3840000 دج نسبة الضريبة 33%

من 3840001 دج فما فوق نسبة الضريبة 35%

أما بالنسبة للضريبة على النشاط المهني (TAP)، فهي مقدرة بـ1,5% من رقم الأعمال.

و يمكن تقديم طلب لإدارة الضرائب ليصبح خاضعا للقواعد الضريبية العادية حسب رقم الأعمال المحقق فعليا.

7- **الوثائق الخاضعة للرقابة:** هذه الوثائق محددة بالقرار الوزاري الصادر في 23 أفريل 2007 في الجريدة الرسمية رقم 42 والذي ينص على إجبارية إرسال الوثائق المحددة قانونا قبل 31 ماي من كل سنة لهيئة الإشراف والرقابة CSA، هذه الوثائق تتمثل في:

- جدول خاص بالحالة العامة للأقساط
- جدول خاص بالحالة العامة للعمولات المستحقة على نشاط المساهمة
- جدول خاص بالحالة العامة للأضرار

بالنسبة للسماسرة في هيئة مؤسسات هم مجبرين على إرسال تقرير المحاسب و جدول الميزانية قبل 30 جوان من كل سنة.

خلاصة: في الأخير يمكننا القول بأن صراع المصالح يبقى قائما بين السمسار و المؤمن لهم و المؤمنين و خاصة في ما يتعلق بالأجر. الإعتقاد السائد لدى المؤمن لهم هو أن سمسار التأمين يسعى لتعظيم الأرباح من خلال توظيف الأخطار و ليس البحث عن أفضل منتوج تأمين المناسب لرغباتهم و وضعياتهم المختلفة.

شركة التأمين يمكن أن تتحالف مع السمسار كما يمكن أن تصبح عرضة للمنافسة من طرف هذا الأخير في حالة عدم التعامل معه، فالمؤمن له يعتبر زبون لكل من المؤمن و السمسار، و كون السمسار يستحوذ على أكبر قدر من المعلومات المتعلقة بالزبون فإنه يتواجد في أحسن وضعية بالتالي يعتبر في بعض الحالات تهديدا لشركات التأمين.

لكن يبقى نشاط السمسرة مهم جدا في مجال التأمين بالنظر إلى الدور الفعال الذي يلعبه في تنمية الوعي و الثقافة التأمينية لدى المؤسسات و الأفراد في عملية تسيير الأخطار، بالإضافة إلى دوره الثاني في تحرير السوق من الإحتكار و تحديد التسعير الصحيح و الدقيق للأخطار.

المحور الخامس:

صيرفة التأمين La Bancassurance

تمهيد: الإعتقاد السائد لدى الكثيرين عن التأمين هو تغطية الأخطار، ولكن في الواقع نشاط التأمين يتعدى هذه الوظيفة بالخصوص في فرع تأمينات الأشخاص، ليصبح لشركات التأمين دور وسيط مالي بأتم معنى الكلمة و تنافس بذلك نشاط البنوك في عملية تعبئة إدخارات أصحاب الفائض و تحويلها لأصحاب العجز.

في الواقع أصبحت حاليا شركات التأمين تستحوذ على أعلى نسبة من الإدخار في أي نظام اقتصادي قائم، فازداد اهتمام البنوك بالتأمين لإستقطاب هذه المدخرات عن طريق التأمين بالتالي ظهرت فكرة ضم نشاط التأمين للبنوك. من جهة أخرى كانت رغبة شركات التأمين ملحة في استقطاب العقود الإدخارية و الإستثمارية في فرع تأمينات الأشخاص مع التخفيض من تكاليف التوزيع، فكانت البنوك أحسن قناة للتنقيب و استقطاب العملاء و خدمتهم في نفس الوقت. في هذا الإطار الذي يتضمن المصالح المتبادلة للطرفين، بالإضافة إلى الإطار القانوني الذي كان ملائما، ظهر ما يعرف بصيرفة التأمين.

بدأت المجمعات البنكية في ممارسة نشاط التأمين في بداية السبعينات بإنشاء فروع مختصة في تأمينات الحياة و البرامج الإدخارية (Capitalisation)، و يعتبر بنك Le crédit mutuel de l'Est من السباقين لإنشاء أول فرع تأمين Les assurance de crédit mutuel في عام 1972. لكن بعض المعطيات تشير إلى أن ظهور أول مؤسسة بنكية اقترحت خدمات تأمين يرجع لسنة 1965 في إنجلترا، تدعى هذه المؤسسة Barclays Life، بالرغم من ذلك فإن مصطلح صيرفة التأمين استعمل لأول مرة في فرنسا، و طور في سوق التأمين الفرنسي.

تطور هذا الأسلوب في توزيع خدمات التأمين مؤخرا و أصبح يغطي في بعض البلدان أكثر من 50% من نشاط فرع تأمينات الأشخاص و مايقارب 12% من نشاط فرع تأمينات الأضرار.

محاولة منها لمواكبة هذه التطورات التي شهدها العالم شرعت الجزائر كغيرها من الدول ، في تبني مجموعة من الإصلاحات المالية و المصرفية، شملت قطاع التأمينات، لغرض النهوض بهذا القطاع و تطويره في ظل حدة المنافسة على المستوى المحلي و العالمي.

كخطوة أولى جاءت الإصلاحات القانونية التي تمثلت في القانون 06/ 04 الصادر في 02/20/ 2006 المتعلق بالتأمينات، والذي يعتبر تعديلا و تكميلا للأمر 07/95 الصادر في 25جانفي 1995، الإطار

التنظيمي الذي أدى إلى عقد أولى اتفاقيات الشراكة بين الشركات التأمينية من جهة و المؤسسات المصرفية من جهة أخرى. سنحاول من خلال ما يلي عرض محتويات هذه الإتفاقيات و شرح هذه الخطوة بالتفصيل لغرض تقييم هذا النشاط في الجزائر بالمقارنة مع البلدان الأخرى الرائدة في هذا المجال.

1-الجانب القانوني لنشاط صيرفة التأمين في الجزائر:

بموجب المرسوم 03-11المؤرخ في 26أوت 2003المتعلق بالنقد والقرض الذي يحدد النظام القانوني لنشاط المؤسسات المالية والبنكية، وبموجب المادة 72 المحددة للعمليات التي يمكن للمؤسسات المالية و البنكية القيام بها، فإنه يمكننا ذكر هذه العمليات بإيجاز كالتالي:

- كل عمليات الاشتراك، الشراء، التسيير، حفظ وبيع الأوراق المالية وكل المنتجات المالية، والمنتجات ذات الصلة المتضمنة في المادة 03 من القانون 06-95 المتعلق بالأنشطة البنكية وأنشطة المؤسسات المالية، والأنشطة التكميلية للأنشطة البنكية.
- كل عمليات التأمين التي تكمل العمليات البنكية التي يمكن اعتبارها عمليات ذات صلة، وهذا هو حال كل العقود التي تشكل امتداد الأعمال البنكية، كالضمان المقدم في حال فقدان بطاقة بنكية، أو تجمع مبلغ الحساب المصرفي في حال وفاة صاحبه، أو ببساطة بيع الضمانات التي تصاحب اتفاقية القرض.
- وتوضح المادة 75من القانون 03-11أنه يسمح للبنوك بالدخول في السحوبات والأنشطة الأخرى وغيرها من الحالات المحددة صراحة في القانون، شريطة أن يسمح لهم بموجب لائحة من قبل مجلس النقد والقرض.
- كما أن بيع منتجات التأمين الأخرى التي ليس لها علاقة بالعمليات البنكية مثل ضمانات تعويض الأعباء الطبية، والأخطار المتعددة للسكن أو حتى تأمين السيارات قبل البنوك لا يتم إلا بعد الحصول على موافقة صريحة من السلطات المالية والنقدية.

1-1-تعريف صيرفة التأمين: مصطلح صيرفة التأمين (Bancassurance) مرتبط بظهور عملية توزيع خدمات التأمين عن طريق المؤسسات المالية الأخرى من غير شركة التأمين في فرنسا،

بالتالي فإنه حسب Vered KEREN فإن أصل الكلمة فرنسي و تعني التقارب الموجود بين شركة التأمين و البنوك و المؤسسات المالية الأخرى[1].

بالنسبة لـ Jean pierre Daniel يعرف صيرفة التأمين على أنها عملية توزيع عقود التأمين عن طريق الشبابيك المفتوحة لدى البنوك و المؤسسات المالية الأخرى[2]

كما يعرفها Gilbert Sleiman على أنها نتيجة الإبتكار والخروج عن الإطار التنظيمي الذي فرضته التطورات التي شهدتها الأسواق المالية [3]

و يعتبرها Alain Borderie et Michel Laffitte كأسلوب توزيع خدمات التأمين أصيل و فعال عن طريق شبابيك البنوك و المؤسسات المالية[4].

يمكننا اختصار تعريف مصطلح صيرفة التأمين في سوق التأمين الجزائري بالإستعانة باللوائح و القوانين التنظيمية كما يلي:

تنص المادة 53 من القانون 06-04 المعدلة و المكملة للمادة 252 من الأمر 95-07 على أنه يمكن لشركات التأمين توزيع منتجاتها من خلال الشبابيك المفتوحة لدى البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية، هذه العملية تجسد ميدانيا ما يعرف بصيرفة التأمين. بالتالي فإنه يمكننا تعريف بنك التأمين أو صيرفة التأمين على أنه عبارة عن عملية اقتراح أو بيع منتجات التأمين، إضافة إلى الخدمات البنكية الأخرى، عبر شبابيكها للمتعاملين والزبائن لحساب شركة التأمين، فيتصرف البنك كأنه مفوض أو موكل من طرف شركة التأمين لتوزيع خدمات تأمينية معينة.

جاءت هذه القوانين كمحاولة لتوسيع حقل منتجات التأمين المسوقة، تطوير والنهوض بقطاع التأمين في الجزائر خاصة فيما يتعلق بفرع تأمينات الأشخاص الذي لا يزال ضعيفا ومتأخرا بالمقارنة بأسواق التأمين الأجنبية، فبيع المنتجات التأمينية عن طريق شبابيك البنوك و المؤسسات المالية يندرج ضمن استراتيجية شركة التأمين في التنقيب عن العملاء و استهداف شريحة معينة في البرامج الإدخارية و الإستثمارية.

[1] Vered KEREN « la bancassurance », que sais-je, 1èré édition, presse universitaire de France, 1997, p3.
[2] Jean pierre DANIEL « la bancassurance : fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ? », édition de Verneuil, France, 1992.p13.
[3] Gilbert SLEIMAN « les structures juridiques de bancassurance », thèse de doctorat en droit privé, FDSS/université de Poitiers, 2004.p9.
[4] Alain BORDERIE et Michel LAFFITTE « la bancassurance, stratégie et perspectives en France et en Europe » revue banque Edition, paris, France, 2004, p 917.

لغرض تنظيم نشاط بنك التأمين وتحديد الشروط والظروف اللازمة لتوزيع منتجات التأمين من قبل البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية وشبكات التوزيع الأخرى، صدر الأمر 153-07 الصادر في 22ماي 2007، ليليه بعد ذلك الأمر 60 الصادر في 06 أوت 2007 والذي يحدد منتجات التأمين التي يمكن توزيعها عن طريق البنوك و المؤسسات المالية الأخرى.

1-2-مبدأ إبرام اتفاقية صيرفة التأمين:

كما ذكرنا سابقا فإن توزيع منتجات التأمين في اتفاقيات صيرفة التأمين يتم من طرف البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية التي تتصرف كوكيل لشركة التأمين (المادة 4من المرسوم التنفيذي رقم 153-07). فبعد أن أصبحت عملية توزيع خدمات التأمين، عن طريق شبابيك البنوك و المؤسسات المالية، ممكنة و مسموح بها قانونا فإن شركات التأمين، كمرحلة أولية، يجب عليها التقدم بكل إتفاقية مبرمة مع بنك أو مؤسسة مالية للمصادقة عليها من طرف لجنة الإشراف و الرقابة للتأمين وهذا بموجب المادة 228من قانون 06-04.

الاتفاقية النموذج تم اعدادها من قبل الجمعية المهنيةUAR (اتحاد شركات التأمين وإعادة التأمين)، (المادة 3من المرسوم التنفيذي رقم 07-153).و كل تعديل أو الغاء يجب إبلاغ هيئة الإشراف و الرقابة على التأمين (CSA) (المواد 9 7و ،8من المرسوم التنفيذي رقم 153-07).

هذه الاتفاقية تتضمن الإطار العام لكل عمليات الشراكة بين البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية وشركات التأمين التي تدخل في إطار التأمين المصرفي. يجب أن تلحق الاتفاقية الموقعة بـ:

-قائمة الوكالات أو نقاط البيع التابعة للبنك أو المؤسسة المالية المعنية باكتتاب وتوزيع عقود التأمين.

-قائمة منتجات التأمين التي يمكن توزيعها من قبل الوكيل (البنك أو المؤسسة المالية)

-عمولات التوزيع التي يتحصل عليها الوكيل وطريقة حسابها.

-المعلومات الواجب التصريح بها لشركة التأمين.

-سلطات الاكتتاب.

-الإجراءات العملية للقيام بالتربص والتكوين (المادة 6من المرسوم التنفيذي رقم 153-07).

-القضاء المختص في حالة النزاع.

-السلطات المتعلقة باستلام الأقساط، أجال تحويلها لشركة التأمين وتسيير وصرف التعويضات.

2-اللوائح و المواد القانونية المنظمة لإتفاقية صيرفة التأمين:

لغرض ضبط و تنظيم هذه العملية اتخذت إجراءات و قرارات منظمة بإصدار قرار وزاري في 6 أوت 2007، و قد تضمن هذا القرار 5 مواد يمكننا تلخيص محتوياتها في ما يلي:

-**المادة02** : تحدد منتجات التأمين التي يمكن توزيعها من طرف البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية وهي:

- التأمين على الأشخاص: الحوادث، المرض، الحياة، الوفاة والرسملة.
- التأمين على القروض.
- تأمين المخاطر البسيطة على السكن.
- جميع مخاطر السكن.
- التأمين الإلزامي على المخاطر الكارثية.
- تأمين المخاطر الفلاحية.

-**المادة03** : البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية تستفيد من عمولات محددة على كل منتوج تأمين مباع على مستوى وكالاتها. تحسب العمولة بنسبة مئوية من قسط التأمين الصافي.

-**المادة04** : تحدد النسب القصوى لعمولات توزيع منتجات التأمين من قبل البنوك والمؤسسات المالية وشبه المالية. وهي موضحة في الجدول الآتي:

الجدول رقم 3 : المستويات القصوى للعمولات حسب المنتجات التأمينية

الفئات	المنتجات	نسبة العمولة القصوى
تأمينات الأشخاص	الحوادث المرض المساعدة حياة/وفاة	%15
	الرسملة	40% للقسط الأول و10% للأقساط السنوية الموالية خلال طول مدة العقد
تأمين القروض	تأمين القروض	%10
تأمينات المخاطر البسيطة للسكن ..... جميع مخاطر السكن	الحريق، مخاطر بسيطة، أضرار المياه ..... تكسر الزجاج سرقة المسؤولية المدنية العامة	%32
التأمين الإلزامي على المخاطر الكارثية	الزلازل الفيضانات الزوبعة والرياح القوية إنزلاق التربة	%5
تأمين المخاطر الفلاحية	البرد الجليد الجفاف وفاة الغنم، البقر،الماعز والإبل وفاة الدواجن وفاة النحل وفاة حيوانات اخرى مخاطر فلاحية أخرى	%10

المصدر: المادة 4 من القرار الوزاري المؤرخ في 6 أوت 2007.

المادة رقم 09: تضمنت واجبات شركات التأمين: دون المساس بالشروط القانونية أو التعاقدية شركات التأمين ملزمة بـ:

- تكوين يتكيف مع توزيع منتجات التأمين يقدم للعاملين عند الوكيل طبقا للنظام الساري المفعول، هذا التكوين يبدأ منذ توقيع الاتفاقية
- الإجراءات المتبعة من طرف اتحاد شركات التأمين وإعادة التأمين للحصول على البطاقات المهنية.
- تزويد الوكيل بالمستندات التجارية المهمة في توزيع المنتجات التأمينية.
- الرد في أقرب الآجال لكل الطلبات المرسلة من قبل الوكيل فيما يخص كيفية الاكتتاب.

- لا يؤخذ العقد، مع المؤمن له دون وساطة الوكيل في إطار التعديلات، تعويض أو تجديد عقد التأمين.

المادة رقم 10: تضمنت واجبات الوكيل والمتمثلة في:

- وضع الوسائل المادية والبشرية اللازمة لإتمام المهام التعاقدية من طرف شركات التأمين.
- لا توزع في نطاق الوكالات المذكورة في الاتفاقية، منتجات التأمين الشركات التأمين الأخرى.
- لا توزع منتجات التأمين إلا من طرف الوكالات التي تابع أحد أو أكثر من عمالها التكوين المتخصص والذي يملك البطاقة المهنية الصادرة من طرف اتحاد المؤمنين أو شركات التأمين.
- يجب احترام شروط التأمين، بيان التسعيرة، نظام الاكتتاب في حدود الحقوق المفوضة في الملحق03.
- لا تستعمل من أجل اكتتاب منتجات التأمين إلا المستندات والمطبوعات الموضوعة من طرف المؤمن.
- إرسال إلى المؤمن كل المستندات المتعلقة بالاكتتاب، للأداء والتعويضات الموزعة للمؤمن و/ أو الربحية.
- مسك السجلات القانونية مع التأكيد على التعليمة والنماذج الموزعة من طرف المؤمن.
- استقبال الموافقة المكتوبة لغرض نشرها للجمهور بكل المستندات التجارية أو الإشهارية المتعلقة منتجات التأمين مهما كانت القاعدة المتبعة.

3-أساليب صيرفة التأمين في الجزائر

بعد أن لاقت صيرفة التأمين نجاحا كبيرا في بعض البلدان و في أوربا خاصة، استحدثت ثلاثة أساليب لصيرفة التأمين في العالم كما يبينه الجدول رقم4 ، كل بلد يعتمد أسلوب معين و لكل أسلوب إيجابياته و عيوبه.

نميز بين أسلوبين لإبرام اتفاقية صيرفة التأمين في الجزائر، حيث يمكن للمؤسسات المالية البنكية الجزائرية اختيار الأسلوب المناسب لها، سوآءا بشراء مساهمات في رأسمال شركات التأمين، أو عن طريق إبرام اتفاقيات توزيع خدمات تأمين محددة مع شركات التأمين، من خلال الأسلوب الثاني يتضح دور صيرفة

التأمين كوسيط تأمين. هذه الأساليب تعبر في الواقع عن المبررات الأساسية لظهور صيرفة التأمين و المتمثلة في رغبة البنوك في استقطاب الادخار المعتبر الذي أصبحت شركات التأمين تنافسها فيه من جهة، ورغبة شركات التأمين في تحقيق مردودية أكبر لشبكة التوزيع باستعمالها الأمثل للموارد.

الجدول رقم 4: أساليب صيرفة التأمين في العالم

نوع الإتفاقية المبرمة	وظيفة البنك	الإيجابيات	السلبيات	البلدان المعتمدة هذه الأساليب
اتفاقية التوزيع	للبنك دور وسيط	الشروع مباشرة في النشاط	نقص المرونة في حالة المنتجات الجديدة	الو.م.أ، ألمانيا،المملكة المتحدة، اليابان، كوريا الجنوبية
مشروع مشترك Joint venture	اتفاقية شراكة بين البنك وشركة(أو عدة شركات) تأمين	إمكانية تحويل الخبرة	صعوبة التسيير على المدى الطويل	إيطاليا، إسبانيا، البرتغال، فرنسا، كوريا الجنوبية
شراء مساهمات في رأسمال الشركة	إنشاء فرع مشترك خاص	الحفاظ على ثقافة المؤسسة	ارتفاع تكلفة الإستثمار	فرنسا،إسبانيا، بلجيكا، المملكة المتحدة

المصدر: Revue de l'assurance n°14, Assural, septembre 2016, P11

كما يسمح قانون التأمين بعد أن تم تعديله و تكميله بالقانون 06 – 04 بإنشاء فروع تابعة لشركات التأمين في شكل بنوك تقترح مزيجا من الخدمات المصرفية و التأمينية، تجسيدا لصنف آخر من شبكة التوزيع و المعروف بالتأمين المصرفي (L'Assur banque) هذه الطريقة، المعروفة في بعض أسواق التأمين المتقدمة، تقدم للزبون مزيج من الخدمة التأمينية و البنكية في نفس الوقت، بالخصوص في فرع التأمين على الحياة .

ويشترط على شركات التأمين، بدورها، تقديم تكوين كافي للعمال التابعين للبنوك التي أبرمت معها اتفاقيات توزيع منتجات التأمين. يشترط في العمال المعنيين بالتكوين أن يكونوا حاملين لشهادة جامعية. وذلك طبقا لأحكام للمادة رقم06 من المرسوم التنفيذي 153/07.

بموجب نفس المادة المذكورة أعلاه فإن هذا التكوين يجب أن يغطي على الأقل 96 ساعة فعلية خاصة بعمليات التأمين ويتوج بشهادة تكوين. في نهاية مدة التربص، تمنح بطاقة مهنية للعمال المكونين من طرف جمعية المؤمنين مع الإشارة إلى طبيعة المنتجات المؤهلين لتوزيعها. في ما يتعلق بمصاريف التكوين فإن

شركات التأمين المكونة تأخذ على عاتقها هذه المصاريف تطبيقا للاتفاقيات المبرمة بين البنوك وشركات التأمين.

4- حوصلة عن أهم اتفاقيات صيرفة التأمين في الجزائر

منذ دخول التعديلات القانونية الجديدة المتعلقة بصيرفة التأمين حيز التطبيق في عام 2008، أبرمت عدة اتفاقيات توزيع خدمات التأمين عن طريق الشبابيك المفتوحة للجمهور لدى البنوك، منها البنوك التابعة للقطاع العام ومنها تابعة للقطاع الخاص، قمنا بجمع البعض منها باختصار في ما يلي:

4-1 اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمينCAAR والشركة الجزائرية للتأمين الشاملCAAT وبنك الجزائر الخارجي BEA:[1]

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

4-2 اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمينCAAR مع البنك الوطني الجزائريBNA :[2]

[1]- بريش عبد القادر،محمد حمو، **آفاق تقديم البنوك الجزائرية لمنتجات تأمينية**، مداخلة مقدمة إلى 24 المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، الشلف، مارس 2008 ص11.

[2]- نادية عبد الرحيم، **تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي ـ دراسة حالة الجزائر ـ** ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3، 2011،الجزائر، ص16.

وقع كل من الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمينCAAR والبنك الوطني الجزائري BNA بالإشتراك مع الشركة الوطنية للتأمينSAA 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 أو لتجربة نموذجية يوم 04 أكتوبر 2010.

4-3 اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمينCAAR مع القرض الشعبي الجزائر CPA و البنك الخارجي الجزائري BEA:[1]

في إطار تنمية وتطوير التأمين المصرفي في الجزائر، قامت الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAARوالقرض الشعبي الجزائريCPA بالإمضاء على اتفاق شراكة في ماي 2008، يسمح بإدخال وتسويق منتجات تأمين جديدة إلى السوق، إذ اتفق الطرفان على أن يكون 01جويلية 2009 في الجزائر العاصمة تاريخ إطلاق هذه المنتجات على مستوى ثلاث (03) وكالات نموذجية تابعة للقرض الشعبي الجزائري والمتمثلة في وكالات : حيدرة، ديدوش مراد، ووكالة باب الزوار. وبموجب هذه الاتفاقية سيتم تسويق أربع منتجات كخطوة أولى والمتمثلة في: "التأمين ضد الأخطار المتعددة للسكن، والتأمين ضد الكوارث الطبيعية، والتأمين على الحياة، وتأمين القروض"، ليتم توسيع مجموعة هذه المنتجات في مرحلة ثانية بإضافة منتج تأمين السفر إلى الخارج، تأمين الجماعات، وتأمين الحوادث الفردية والجماعية ." ووفقا لممثلي المؤسستين، فإنه سوف يتم توسيع نطاق العمل حسب جدول زمني إلى وكالات أخرى ليصل إلى 54 وكالة، مما يتيح تغطية أفضل في أنحاء التراب الوطني. ومستوى نشاط المؤسستين يهدف إلى تطوير التأمين المصرفي والتي سوف تعتمد على إستراتيجيات التسويق والإتصالات نحو الأسواق الفردية والمهنية وأيضا لتحسين وتنويع الخدمات والمنتجات المقدمة لهذه الفئة من العملاء لتنفيذ الشراكة بينCAAR و CPAوضعت معلما جديدا في إدخال التأمين المصرفي في الجزائر.

4-4 إتفاقية الشراكة بين الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط (CNEP-Banque) وشركة كارديف الجزائر (CARDIF- El Djaziar) و بنك BNP ParisBas:[2]

[1] -www.caar.com.dz/bancassurance.2019/06/13تم التصفح بتاريخ

[2] www.cnepbanque.dz-2019/06/13 تم التصفح بتاريخ

وقع الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط مع شركة التأمين CARDIF– El Djaziar يوم 25مارس 2008 في الجزائر العاصمة على إتفاقية شراكة تدخل تحت إطار التأمين المصرفي، يسمح بموجبها بيع منتجات التأمين الخاصة بشركة كارديف عبر شبكات الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط، ويسعى الطرفان إلى تمديد شراكتهما من خلال إنشاء مشروع مشترك وكمرحلة أولى فإن شركة كارديف إلتزمت بتصميم وتطوير منتجات خاصة بعملاء الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط، كمنتجات التقاعد ومنتجات الإدخار والتأمين على الحياة بالإضافة إلى هذه المنتجات حددت العديد من المنتجات التي تغطي تأمين القروض الخاصة بالصندوق الوطني للتوفير والإحتياط على الحياة وضد العجز عن العمل أو البطالة، وسوف يتم التوسع من خلال توزيع منتجات 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 206وكالة وعملائها الذين يقارب عندهم 3 ملايين عميل تحت تصرف شركة كارديف الجزائر، مقابل إستفادته من تكوين لموظفيه وكذا من خبرات الشركة الفرنسية مع الحصول على تعويض مزدوج من شريكها متمثل في عمولات تحسب على أساس نسب مئوية من عمليات تحصيل أقساط التأمين من جهة والمشاركة في الأرباح المحققة من قبل الشركة من جهة أخرى، فقد أطلق الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط في 01جويلية 2009.

منتج يسمي CNEP total prévoyance الذي يستهدف عملاء البنك في حالة الوفاة أو العجز الكلي أو الجزئي يضمن للمستفيدين تلقي مبلغ في غضون 72ساعة كحد أقصى، كما يضمن إضافة إلى ذلك في حالة العجز المطلق الدائم أو المؤقت دفع رأس مال للمكتتب خال من الضرائب.

4-5 اتفاقية بنك البركة مع شركة السلامة للتأمين:[1]

بتاريخ 4 أكتوبر 2011 أعلن مدير التسويق على مستوى بنك البركة عن بداية تسويق بعض المنتجات التأمينية الخاصة بشركة السلامة على مستوى شبابيك البنك على مستوى خمس وكالات نموذجية

[1]– نقماري سفيان، نبيل قبلي، التأمين المصرفي في الجزائر بين النظرية والواقع، مداخلة مقدمة إلى الملتقى 32 الدولي السابع حول الصناعة التأمينية، الواقع العملي وآفاق التطوير – تجارب الدول–، جامعة حسيبة بن بوعلي بشلف، يومي3 – 4 ديسمبر2012، ص19.

كخطوة أولى لتجسيد الاتفاقية الموقعة بين الطرفين لتسويق منتجات تأمين إسلامية، وتم الوصول إلى 38وكالة مع نهاية سنة 2012 حسب بنود الإتفاقية.

بالإضافة إلى اتفاقيات أخرى مثل :اتفاقية شركة TRUST Assurance مع بنك TRUST Bank، اتفاقية AMANA مع كل من BADR, BDLوBNA ، إتفاقية شركة SAA مع كل من بنك BADR و بنك BDL، إتفاقية شركة AXA مع بنك AGB وSGA، BNP parisbas و BEA...إلخ.

5- منتجات التأمين المصرفي المعتمدة في القانون (06-04)

5-1 التأمينات الفردية للأشخاص

يشمل فرع تأمينات الأشخاص التأمين على حياة الأفراد وعلى حالتهم الصحية، إضافة إلى عقود التأمين الإدخارية (الرسملةLa capitalisation)، و العقود الإستثمارية. الغرض من هذه الخدمات في فرع تأمينات الأشخاص هو تحقيق الأمان بالدرجة الأولى، ثم الاحتياط والادخار من أجل حماية الفرد و العائلات من نتائج الحوادث التي قد تؤدي إلى الوفاة، عدم القدرة أو المرض.[1]

تنقسم التأمينات على الأشخاص إلى خمسة فئات أساسية وهي:[2]

5-1-1 التأمين على الحياة : هي الفئة الهامة وتحتوي على التأمينات في حالة الوفاة، في حالة الحياة، التأمين المختلط وضمانات تتعلق بمدة حياة الشخص. ضف إلى ذلك تأمينات المجموعة للحياة والوفاة حسب حاجيات المكتتبين.

5-1-2 تأمينات التوفير والرسملة(Prévoyance et capitalisation): تشبه المنتجات البنكية. لا تشترط تأمينات الرسملة وفاة الشخص حتى يتحصل على تعويضات وإنما تمنح له عند بلوغه سن متفق عليه في العقد مبالغ مكتسبة على شكل دفعات على مدى الحياة أو مؤقتة أو مؤكدة.

[1] -F. COULIBAUET & C. ELIASHBERG , Op-cit, p62.

[2]- المادة 63من قانون المرية 95-07المتعلقة بالتأمينات المعدلة والمتممة بالقانون 06-04.

5-1-3 تأمينات الحوادث الجسمانية(Accidents corporels): هذه الفئة تضمن تعويضات عند حدوث حوادث تؤدي إلى الوفاة أو عدم القدرة أو العجز.

5-1-4 التأمين الصحي(Assurance santé): يضمن هذا العقد تعويضات يومية وتعويض المصاريف الصيدلانية

في حالة المرض.

5-1-5 تأمين السفر والإسعاف(Assistance et voyage) : هو التأمين الذي يهدف إلى حماية المسافر وإسعافه أثناء قيامه بسفر من أجل العمل أو السياحة أو لغير ذلك في حالة تعرضه لحادثة سواء أثناء السفر أو في البلد المسافر إليه. ومن أهم المخاطر التي يغطيها نجد التأمين الصحي على المسافر ومشكلة فقدان الحقائب والأمتعة.

5-2 تأمين القروض(Assurance de crédits):

هو عقد تتعهد بمقتضاه شركة التأمين بالقيام بتسديد القرض أو جزء منه في حالة تعذر المقترض بأداء التزاماته اتجاه المقرض لسبب أو لآخر مع الإشارة إلى أن نوع التأمين مرتبط بنوع الخطر.

تتمثل أنواع تأمينات القروض في ما يلي:

5-2-1 تأمين القرض من مخاطر السوق(Ass Risques du marché): هذا النوع من التأمين من يغطي الخسائر المحتملة التي قد تنجم عن تغيير أسعار الأوراق المالية على مستوى السوق المالي.

5-2-2 تأمين القرض من خطر عدم الملاءة(Risque d'insolvabilité): يهتم هذا النوع من التأمين بتغطية مخاطر عدم استرداد القروض والتي قد تأثر على درجة الملاءة المالية للبنك.

5-2-3 تأمين القرض من مخاطر إعادة التمويل(Risque de refinancement): فهي تشمل المخاطر التي تواجهها المؤسسات المالية، إذا تعددت تكاليف إعادة التمويل (معدل الفائدة الذي يدفعه

لإعادة تمويل التزاماته)، ويتعرض لهذا النوع من المخاطر إذا كان العمر الاسمي لأصولها أكبر من العمر الاسمي لالتزاماتها.

5-2-4 تأمين القروض من مخاطر إعادة الاستثمار (Risque de réinvestissement): وهي التأمينات التي تشمل المخاطر التي تواجهها البنوك إذا انخفض معدل إعادة استثمار الأموال عن تكاليف التمويل، ويكون عرضة لهذا النوع من المخاطر إذا كان العمر الاسمي لالتزاماتها أكبر من العمر الاسمي من أصولها.

تأمين القروض من مخاطر القيمة السوقية: وذلك بمواجهة المخاطر الناجمة عن التقلبات التي تحدث في القيمة الأصلية للأصول والالتزامات بسبب تغيرات معدل الفائدة. حيث أن القيمة السوقية لأي أصل ما هي إلا القيمة الحالية للتدفقات النقدية المتوقع الحصول عليها من هذا الأصل. فارتفاع معدل الفائدة يترتب عليه ارتفاع معدل الخصم وبالتالي يؤدي ذلك إلى ارتفاع القيمة السوقية للأصل.

5-2-5 تأمين القرض من خطر سعر الصرف(Risque de change): فكل مؤسسة معرضة لخطر سعر الصرف من جراء القيام بعمليات بالعملة الصعبة، وامتلاك مستحقات وديون بالعملة الصعبة قد تقع على عاتق البنك، وخطر سعر الصرف ناجم عن التغيير في أسعار العملات التي سلمت بما هذه المستحقات أو الديون في مقابل العملة الوطنية.

-تأمين القرض من خطر سعر الفائدة: يعرف خطر معدل الفائدة بأنها مخاطرة تراجع الإيرادات ناتجة عن تغير أسعار الفائدة صعودا وهبوطا حسب وضع كل مصرف على حدة نسبة إلى السيولة المتوفرة لديه ويتم التأمين على ذلك بصفة مدرجة على القرض الممنوح.

-التأمين على ضمانات تغطية القروض مع الخارج: وهو التأمين على الضمان المصدر من طرف المستورد أو بنكه، كما يمكن أن يحرر هذا الضمان من طرف البنك المركزي لبلد المستورد.

5-3 تأمين على السكن:(Assurance habitat)

تأمين السكن هو ذلك التأمين الذي يغطي المؤمن له ضد الأضرار التي قد تعرض لها الشقة أو المنزل وكل محتويات: الأثاث، الأجهزة الكهرومنزلية، الملابس وبما فيها أيضا من تهيئة داخلية، الجدران،

الأسقف، الأجهزة الصحية ... الخ. هو ليس اجباري.[1] من أهم الأضرار المؤمن ضدها نجد الحريق، أضرار المياه، والسرقة.

5-4 تأمين الكوارث الطبيعية الإجباري: (Assu Cat-nat obligatoire)

التأمين على الكوارث الطبيعية هو عقد يلتزم به المؤمن مع المؤمن له في حالة وقوع كارثة طبيعية (الفيضانات، العواصف، الزلزال) أدت بإلحاق الضرر للمؤمن له أن يستفيد من التعويض مقابل أن يدفع أقساط معينة متفق عليها في العقد.

يعد التأمين ضد الكوارث الطبيعية من التأمينات الهامة في الجزائر بحكم موقعها الجغرافي المتميز بكثافة الكوارث الطبيعية (زلازل، فيضانات، انزلاق التربة ...الخ). هذا ما جعل السلطات تجبر المواطن باكتتاب التأمين ضد الكوارث الطبيعية بموجب المرسوم رقم 12/03 الصادر في 26 اوت 2003 المتعلق بإلزامية التأمين من الكوارث الطبيعية وتعويض الضحايا.

5-5 التأمين الفلاحي: (Assurance Agricole)

هو وسيلة تهدف إلى تقليل الخسائر جراء تعرض القطاع الفلاحي لخسائر بتوزيع أعباء هذه الخسائر على مجموعة كبيرة من المزارعين المشاركين، كما أن التأمين الفلاحي لا يقتصر على تأمين المحاصيل فقط، بل يشمل أيضا الماشية، الخيول، الغابات والبيوت البلاستيكية الزراعية،[2] الدواجن، الجرارات والمعدات الفلاحية ...الخ.

6- تطور نشاط صيرفة التأمين في الجزائر:

كما هو الحال في أسواق التأمين الأخرى، نشاط صيرفة التأمين متعلق بالوضع الاقتصادي ككل، بالتالي فإن نمو وتطور صيرفة التأمين يتوقف على مدى تطور النشاط الاقتصادي. سنحاول من خلال هذا المحور تسليط الضوء على تطور صيرفة التأمين من خلال مؤشرين هما الحصة السوقية ورقم أعمال

[1]- المواد 44-99 (الحريق والمخاطر المختلفة) و56-59 (المسؤولية المدنية) من المرية 07/95 المتممة والمعدلة بالقانون 06-04المتعلق بالتأمينات.

[2] -Article 49-54 de l'ordonnance 95/07 relative aux assurances، modifié et complété par la loi 06-04 du 26 février 2006.

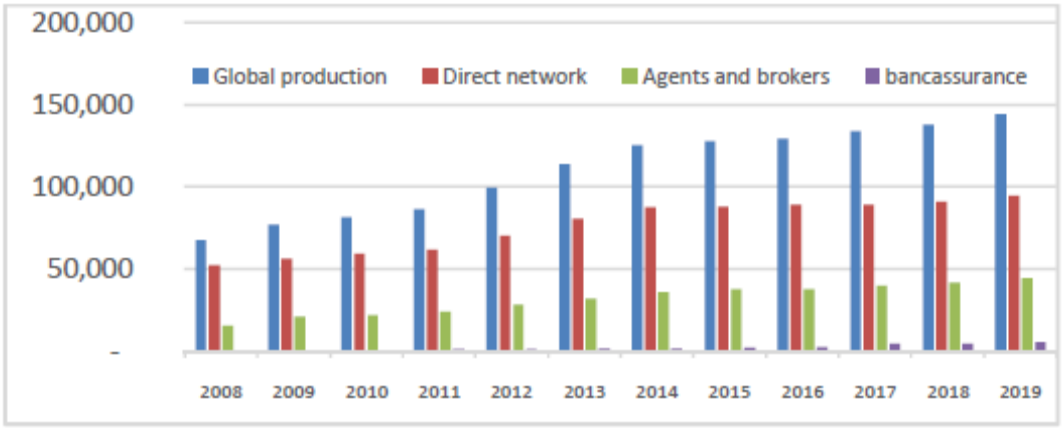
صيرفة التأمين في الجزائر، ثم نستعرض أهم العوائق التي حالت دون تطور صيرفة التأمين في سوق التأمين الجزائري

6-1 نمو صيرفة التأمين في الجزائر

منذ إصدار المراسيم التطبيقية الخاصة بصيرفة التأمين في الجزائر تم توقيع عدة اتفاقيات شراكة لتوزيع المنتجات التأمينية وفق هذا النموذج منها ما كان بين CNEP BANQUE ,CARDIFALGERIE بين الشركة الوطنية للتأمين وبنك التنمية المحلية وبين الشركة الوطنية للتأمين والبنك الفلاحي للتنمية الريفية يوم 2008/04/20 وتبعها بعد ذلك عدة اتصالات لتجسيد النموذج عل الواقع.

من ذلك الحين و رقم أعمال صيرفة التأمين في تزايد مستمر: تطور رقم أعمال البنك التأمين في الجزائر منذ سنة 2008بما قيمته.0,3 مليار دينار وبنسبة 0.33%من رقم أعمال قطاع التأمين الإجمالي لنفس السنة ليصل إلى ما يقارب 1,08مليار دينار لسنة 2011ويفوق5,6 مليار دج سنة 2019 حسب ما يوضحه الشكل الموالي:

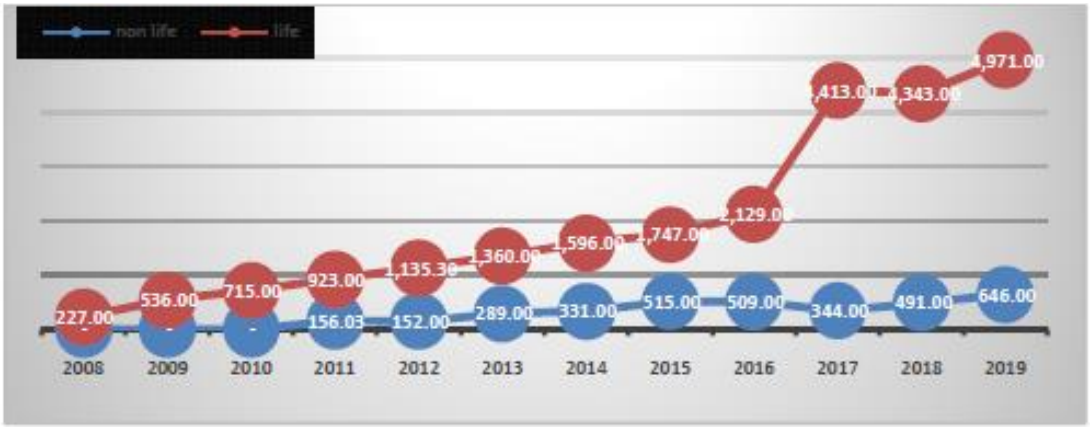
الشكل رقم 3: مساهمة صيرفة التأمين في سوق التأمين الجزائري (2008-2019) بالمليون دج



المصدر: Guemmaz Souhil, « The achievements of Bancassurance in Algeria ;Analytical vision on the period 2008-2019 », EL-Manhel Economique, volume 04, Numéro 03, Déc 2021, P706

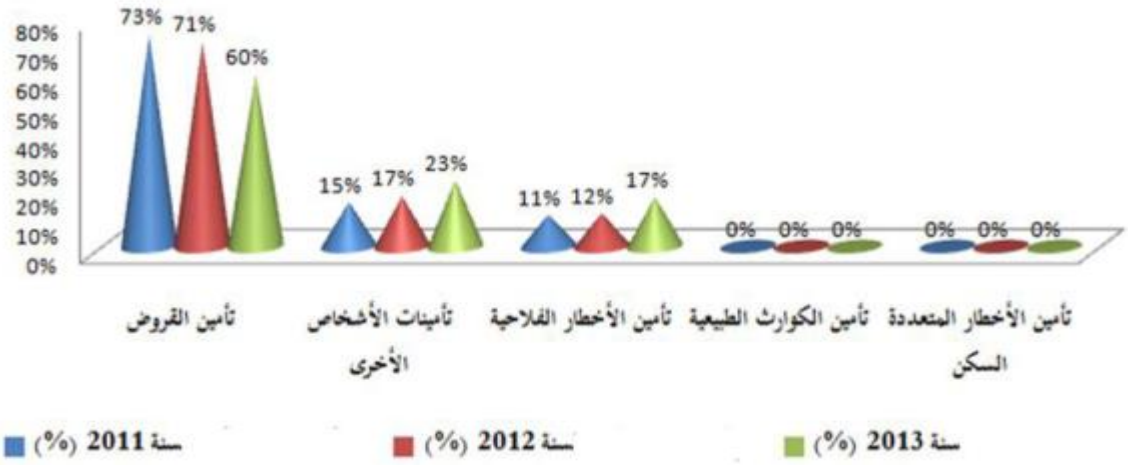
تمت الإشارة سابقا أن نشاط صيرفة التأمين استحدث أساسا لتغطية خدمات التأمين في فرع تأمينات الأشخاص ، بالتالي فإنه من الطبيعي أن يكون رقم الأعمال المحقق في هذا الفرع مرتفع مقارنة بفروع التأمين الأخرى كما تبينه الأرقام التالية:

الشكل رقم 4: مساهمة صيرفة التأمين حسب فرع التأمين (تأمين على الحياة Life insurance والتأمين على غير الحياة Non life insurance)



المصدر: Guemmaz Souhil, « The achievements of Bancassurance in Algeria ;Analytical vision on the period 2008-2019 », EL-Manhel Economique, volume 04, Numéro 03, Déc 2021, P703

الشكل رقم 5: تطور رقم أعمال بنك التأمين حسب المنتج للفترة 2011-2013



المصدر: www.CNA.dz

من خلال الشكل أعلاه أن منتج تأمين القروض يمثل أكبر حصة سوقية في إطار صيرفة التأمين لارتباط هذا المنتج بالنشاط الرئيسي للمصارف وهو تقديم القروض، كما أن هناك انخفاض في نسبة الأقساط المحصلة في سنة 2013 والتي بلغت60% من مجموع الأقساط مقارنة بسنة 2011، أين حقق هذا المنتج رقم أعمال نسبته 73 % من رقم الأعمال الإجمالي، وهذا راجع إلى القروض الاستهلاكية (قروض السيارات) التي ميزت هذه السنة.

رقم الأعمال المحقق موزع حسب الشركات الناشطة في مجال صيرفة التأمين خلال الفترة الممتدة من 2008 إلى غاية 2019 معطى في الجدول التالي:

الجدول رقم 5:تطور رقم أعمال صيرفة التأمين حسب كل مؤسسة (بالمليون دج)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SAA				124	151	285	320	489	467	275	390	545
CAAR				32	1	4	6	4	4	7	9	12
CAAT				0,03								
AXA non-life							5	22	37	62	92	89
AXA life					1	5	13	27	95	162	258	311
SAPS					0,30	18	6	64	15	28	28	298
CAARAMA				22	62	166	246	169	310	1 378	731	671
CARDIF	227	536	715	901	1 072	1 171	1 331	1 487	1 710	2 441	2 496	2 642
AGLIC										404	830	1 049
Total	227	536	715	1 079,03	1 287,3	1 649	1 927	2 262	2 638	4 757	4 834	5 617

المصدر: Guemmaz Souhil, « The achievements of Bancassurance in Algeria ;Analytical vision on the period 2008-2019 », EL-Manhel Economique, volume 04, Numéro 03, Déc 2021, P703

من خلال الجدول اتضح أن شركة CARDIF El Djazair مع Cnep-Banque هي التي تحقق أكبر مساهمة في صيرفة التأمين في سوق التأمين الجزائري بنسبة 47% و رقم أعمال مقدر بـ 2642 مليون دج، لتليه في المرتبة الثانية شركة Aglic بنسبة مساهمة و 18.67% و مايقارب 1049 مليون دج كرقم أعمال.

6-2 واقع صيرفة التأمين في الجزائر (التحديات و المعوقات)

بالرغم من هذه الأرقام التي توحي بجدية السلطات المشرفة على قطاع التأمين لتطوير هذا النشاط المتمثل في صيرفة التأمين، إلا أن هذا القطاع لا يزال في بدايته مقارنة بتطوره في الأسواق المتقدمة، فعدد الإتفاقيات الممضاة بين البنوك و شركات التأمين تعد على أصابع اليد و رقم الأعمال المحقق عن طريق صيرفة التأمين لا يتجاوز 5% من رقم الأعمال الإجمالي. هذا التأخر المسجل، بعد أكثر من عشر سنوات من النشاط، يو حي أيضا بوجود معوقات ومشاكل حالت دون تطوره، لأن العديد من العوامل تتسبب في هذا الركود، وفيما يلي سنحاول عرض أهم هذه العوامل التي تحول دون تطوره بالشكل المنتظر.

6-2-1 الحواجز من جانب البنوك[1]

- **العلامة التجارية**

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

- **الوسائل التقنية**

[1] -Belhocinne Louiza, **la bancassurance en Algérie réalité et perspective**, mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme supérieur des études bancaires, école supérieur de banque, Algérie 2009, p113.

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

6-2-2 الحواجز من جانب شركة التأمين[1]

تمتلك شركات التأمين الجزائرية عموما صورة سيئة بين المستهلكين بسبب التأخر في معالجة الخسائر، خاصة فيما يتعلق بأضرار السيارات، ينتظر المؤمن له أسابيع أو شهورا من أجل الحصول على تعويض، دون إغفال العراقيل الكثيرة التي يتعرض لها، وبهذا نرى كم يستغرق التأمين على الحياة وكذا فإنه من الضروري توفير المصداقية، وتحسين نوعية الخدمات لطمأنه المستهلكين. وهذا يمكن أن يكون حاجزا حقيقيا يؤدي إلى إعاقة نمو بنك التأمين بمعنى أن البنوك الجزائرية قد تحجم عن الدخول إلى التأمين خوفا من تدهور صورتها لدى العملاء.

6-2-3 الحواجز من جانب الزبائن:

- **النزعة الفردية:**

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

[1] - Revue de l'assurance n°17, Assural, Avril 2017, p15.

- **سيادة الحساسية الدينية والقناعات التحريمية السائدة في الجزائر:**

تعرف بمشكلة الاعتقاد الديني والنظرة التحريمية لدى شرائح واسعة، إذ يعتقد الفرد أن الخطر الذي يهدد حياته وممتلكاته قضاء وقدر، والتعامل معه يتم بهذا المنطق، وتزداد ثقافة عدم الجواز الراسخة في أذهان المواطنين، خصوصا في اتجاهات الطلب على تأمينات الأشخاص، باعتبار أنها من لبُاُ وع المخالفة للمعتقد، لإشتمالها على الغَرَر الفاحش والربا والقمار، يضاف الى ذلك، شح البنوك الإسلامية كمحرك رئيس يسمح لشركات التكافل باستثمار الإشتراكات فيها، وتحقيق نسب نمو في القطاع.

6-2-4 الحواجز الاقتصادية

- **القدرة الشرائية (Le pouvoir d'achat)** : من ما سبق اتضح بأن خدمات التأمين المقترح في اتفاقيات صيرفة التأمين تخص فرع تأمينات الأشخاص، و كما هو معلوم فإن تدني القدرة الشرائية تجعل المواطن في وضعية تغطية الحاجات الأساسية و يكتفي بالتأمينات الإجبارية، بالتالي ينخفض الطلب على خدمات التأمين على الأشخاص، فتدني مستوى الأجور في الجزائر يعتبر من الأسباب الرئيسية التي أعاقت قطاع صيرفة التأمين.
- **مستوى الادخاري** : ينتج عن السبب السابق تدني مستوى الإدخار، الغالبية العظمى من المواطنين لديهم مستوى معرفي متوسط أو معدوم في المسائل المالية، والذي يثير مشاكل لإقناع الزبائن بشراء منتجات التأمين على الأشخاص وخاصة منتجات التأمين على الحياة القائمة على مبدأ إدخاري، و تكون مصحوبة بعقود إدخارية واستثمارية، و يمكن اعتبارها نوع من عملية استقطاب الإدخار و تحويله لتمويل الإستثمار.

خلاصة :

لعل من بين أهم التطورات التي شهدها قطاع التأمين خلال السنوات الأخيرة هو ظهور صيرفة التأمين و التأمين المصرفي. يرجع ظهور و تطور هذا النوع الجديد من قنوات توزيع خدمات التأمين إلى العشرية الممتدة من 1980 إلى 1990 في أوربا، وأصبح بإمكان شركات التأمين توزيع خدماتها عن طريق وساطة بنكية أو الشبابيك المفتوحة لدى المؤسسات المالية بصفة عامة.

اختلف المختصون في مجال التأمين فيما يتعلق بتصنيف صيرفة التأمين ضمن الوساطة التأمينية، بحيث نجد من يصنفه كنوع من الوسطاء كما هو الحال في سوق التأمين الجزائري، ونجد من يعتبره كنشاط تأمين عادي، أي بيع مباشر لخدمات التأمين مثل ما هو الحال في معظم البلدان الأوروبية.

في الواقع يمكننا الفصل في قضية تصنيف صيرفة التأمين ضمن أنشطة الوساطة التأمينية بعد الإطلاع على الأسلوب المعتمد في اتفاقية صيرفة التأمين، ففي حالة إتفاقية التوزيع يتضح دور شبابيك البنوك كنوع من الوساطة التأمينية، في حين أنه يشبه إلى حد كبير نوع من البيع المباشر في الأسلوبين المتبقيين.

ظهور صيرفة التأمين مقترن برغبة شركات التأمين في تطوير فرع تأمينات الأشخاص، فحسب ما تبينه الإحصائيات صيرفة التأمين تساهم بأكثر من 35% من رقم الأعمال المحقق في هذا الفرع في الأسواق المتقدمة.

الجزائر بدورها حاولت النهوض بفرع تأمينات الأشخاص من خلال إعتماد هذه الطريقة في توزيع خدمات التأمين في القانون 06-04 ، و أبرمت أكثر من عشر اتفاقيات صيرفة التأمين منذ 2008، إلا أن مساهمتها تبقى ضعيفة مقارنة بنشاط الوكلاء العامون و السماسرة بحيث لا تتعدى 5%.

خاتمة:

بصفة عامة يمكننا القول بأن نقطة الضعف الأساسية التي يعاني منها وسيط التأمين هي نقص الحيوية، بالنظر إلى طبيعة نشاطه الروتيني و المتعلق أساسا بطبيعة المكافأة التي يتقاضاها، فيكون غير مهتم بالاكتتاب الجديد بقدر ما يهتم بالحفاظ على ما لديه من عقود التأمين، فيتعذر عليه التنبؤ بالتطورات المستقبلية للسوق(الرؤيا على المدى الطويل). كما لا يهتم بالزيادة في نسبة النمو، وكلما كانت محفظة الزبائن معتبرة كلما قلت رؤيته للمستقبل.

من الناحية التاريخية، برهن الوكيل العام على قدرته على التأقلم وفرض وجوده بالرغم من تطوير طرق أخرى لتوزيع الخدمات التأمينية. فإذا كانت المعطيات قد تغيرت محليا فإنها أصبحت متغيرة أيضا على المستوى العالمي. اعتماد المستهلك على تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في كل أنشطته يعتبر فرصة للوسيط لفرض وجوده و ليس العكس، فاستعمال هذه التكنولوجيا في ربط الإتصال الدائم بالعملاء و الحفاظ عليهم يمثل تسهيلات تقنية تكميلية و بأقل تكلفة لنشاط وسيط التأمين. و يعتبر الوسيط الأكثر قربا من عملائه بالنظر إلى الإتصال الشخصي الذي يربطه بهم، عكس البنوك و شركات التأمين الذين أصبحوا يقدمون خدمات على المدى القصير فقط بعد الأزمات المالية التي اتهمت بها و تغير نظرة العملاء لهم. و كما هو معلوم لدى خبراء التسويق فإن المدة اللازمة لكسب ثقة العميل في مجال التأمين يجب أن تفوق 4 سنوات لإكتساب القدرة على التحكم في المعالجة التقنية للأخطار و تحقيق التوازن التقني بالنسبة للمؤمن. وسيط التأمين لديه كل المقومات لذلك : التعامل اليومي مع الزبائن، القرب منهم، سهولة الإتصال بهم سواءا قبل أو بعد الإكتتاب، الإتصال الشخصي، القدرة على تحسين صورة الخدمة، الإستشارة...إلخ، كلها تمثل تطلعات العميل الأساسية لكسب الثقة وتنميتها، بالخصوص في الأسواق الناشئة، وفي فرع تأمينات الأشخاص، أين يكون الوعي و الثقافة التأمينية يكاد ينعدم.

في سوق التأمين الجزائري باعتباره سوق ناشئ، يعتبر نشاط الوكلاء العامون، بالرغم من تطوير قنوات توزيع جديدة، أهم أسلوب في مجال توزيع خدمات التأمين، بحيث يغطي حوالي 40% في فرع تأمينات الأضرار و 12% من فرع تأمينات الأشخاص و يبقى القناة الأساسية لتوزيع خدمات التأمين، هذه الميزة يمكن تفسيرها بالحاجة الماسة للإستشارة والتوجيه، التفاوض على الأقساط، و التواجد بالقرب من العملاء لتحقيق المنفعة المكانية والزمانية، هذه الوظيفة تعتبر مهمة جدا من ناحية نشر الثقافة والوعي بأهمية

الخدمة التأمينية، و كما هو معروف فإن الأسواق الناشئة تتميز بنقص الوعي و الثقافة التأمينية عكس الأسواق المتقدمة. فمن الطبيعي جدا أن شركات التأمين أيضا تفضل تحقيق أكبر انتشار بالإعتماد على الوكلاء العامون و هذا ما يبرر عددهم المرتفع مقارنة بالسماسرةِ.

في آخر المطاف يمكن اعتبار هذه المطبوعة كملخص لنشاط الوساطة التأمينية في الجزائر من كل النواحي، القانوني، التنظيمي و الفني، وأملنا أن تكون في مستوى تطلعات الباحث و الطالب في الجامعة الجزائرية و كذا المهنيين للإستفادة منه سواءا على المستوى الأكاديمي أو المهني.

قائمة المراجع:

قائمة المراجع باللغة العربية:

- بريش عبد القادر،محمد حمو(2008)، **آفاق تقديم البنوك الجزائرية لمنتجات تأمينية**، مداخلة مقدمة إلى 24 المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، الشلف، مارس 2008
- عبيد محمد عنان و آخرون, (1998)،" **التسويق** , دار النشرInstitute of national planning ،مصر.
- عبد السلام أبو قحف (2007) ,**أساسيات التسويق** ,مؤسسة شباب الجامعة , الجزء الأ ول, مصر
- محمد فريد الصحن, (1996)، **قرآآت في إدارة التسويق** ,الدار الجامعية رمل إسكندرية , مصر.
- ناجي معالا، رائف توفيق(2005) , **أصول التسويق** " **مدخل تحليلي** " ، دار وائل للنشر ,الطبعة الثانية، عمان ,الأردن.
- نادية عبد الرحيم(2011)، **تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي ـ دراسة حالة الجزائر ـ** ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3،الجزائر
- نقماري سفيان، نبيل قبلي(2012)، **التأمين المصرفي في الجزائر بين النظرية والواقع**، مداخلة مقدمة إلى الملتقى 32 الدولي السابع حول الصناعة التأمينية، الواقع العملي وآفاق التطوير – تجارب الدول–، جامعة حسيبة بن بوعلي بشلف، يومي3 –4 ديسمبر2012
- القانون رقم 06–04المؤرخ في2006/03/20، المعدل والمتمم للأمر رقم 95–07المؤرخ في 1995/01/25والمتعلق بالتأمينات، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد15

« O**rdonnance n° 95/07 du 25 /01/1995** relative aux assurances modifiée et complétée par la Loi 06-04 du 20 février 2006 , titre III, chapitre I, articles 252. Jo n°15 du 12 mars 2006. »

- القانون رقم 95–07 المؤرخ في 1995/01/25 و المتعلق بالتأمينات،، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 65
- القانون التنفيذي رقم 07–153 الصادر في 2007/05/22

« **Décret exécutif n°07-153 du 22 mai 2007** fixant les modalités et conditions de distribution des produits d'assurance par les banques, établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution. Jo n°35 du 23 mai 2007. »

- القانون التنفيذي رقم 09–257الصادر في 2009/08/11
- القانون التنفيذي رقم 17–192 الصادر في2017/06/11

قائمة المراجع باللغات الأجنبية:

- François COUILBAULT et Daniel Eliashberg (2012), « **les grands principes de l'assurance »**, 4éme édition L'ARGUS, Paris.
- Jean claude Seys (2017), « **Gestion de l'entreprise d'assurance** », édition Dunod, Paris.
- Gérard Lobjois et Norbet Gérard (2002), **« les métiers du marketing** », observatoire de l'école des métiers de l'assurance, Paris.
- Guemmaz Souhil(2022), « **The achievements of Bancassurance in Algeria ;Analytical vision on the period 2008-2019 »**, EL-Manhel Economique, volume 04, Numéro 03, Déc 2021, P697-712.
- KPMG (2009), « **Le guide des assurances en Algérie** », édition 2009, Alger.
- KPMG (2015), « **Le guide des assurances en Algérie** », édition 2015, Alger.
- Conseil national des assurances (2014), « **Ordonnance n°95-07 du 23 Chaabane 1415 correspondant au 25 Janvier 1995 relative aux assurances et ses textes d'application** », Avril 2014, Alger.
- Revue de l'assurance n°17, Assural, Avril 2017
- Revue de l'assurance n°14, Assural, septembre 2016
- Vered KEREN (1997), **« la bancassurance** , que sais-je », 1ère édition, presse universitaire de France, Paris.
- Jean pierre DANIEL (1992) « **la bancassurance : fin de la première étape ou dernière étape avant la fin ?** », édition de Verneuil, Paris.
- Gilbert SLEIMAN (2004), « **les structures juridiques de bancassurance** », thèse de doctorat en droit privé, FDSS/université de Poitiers.
- Alain BORDERIE et Michel LAFFITTE (2004) « **la bancassurance, stratégie et perspectives en France et en Europe** », revue banque Edition, Paris.
- Revue Sigma n°2/2014, « **la distribution digitale dans l'assurance, une révolution tranquille** », Swiss Re, Genève, 2014
- S. Martin, J.P.Vedrine(1996) , « **Marketing :Les concepts-clés** », Edition Chihab , Alger.
- J. P. Helfer, J. Orsoni(2000), « **Marketing** » , fichiers Vuibert, 6ème édition , Paris.
- M.C. DEBOURG et autres(2004), « **Pratique du Marketing** », édition Berti ,2ème édition , , Alger .
- A. DUVERDIER, F. CABARET (1990), « **Les Clés de la Réussite dans la Distribution** », ESF Edition, Paris.
- Assurinfo, Bulletin hebdomadaire n°6, « **Canaux de distribution de l'assurance** », Assuralia, Paris
- Philippe Colle, Assuralia, (, 2014), « **les cahiers de l'assurance** », Maison de l'assurance, Bruxelles.
- Belhocinne ouiza, « **la bancassurance en Algérie réalité et perspective »**, mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme supérieur des études bancaires, école supérieur de banque, Algérie 2009

- **Arrêté du 06 août 2007** fixant les produits d'assurances pouvant être distribués par les banques, établissements financiers et assimilés ainsi que les niveaux maximum de la commission de distribution. Jo n°59 du 23 septembre 2007.
- **Décret exécutif n°02-293 du 10 septembre 2002** modifiant et complétant le décret exécutif n° 95-338 du 30 octobre 1995 relatif à l'établissement et à la codification des opérations d'assurance. Jo n°61 du 11 septembre 2002.
- **Arrêté du 20 février 2008** fixant le taux maximum de participation d'une banque ou d'un établissement financier dans le capital social d'une société d'assurance et/ou de réassurance. Jo n°17 du 30 mars 2008.

مواقع الأنترنيت:

- WWW.assurance-STA.com,
- www.caar.com.dz/bancassurance.
- www.cnepbanque.dz
- www.cna.dz
- www.uar.dz
- www.saudire.net
- www.ffsa.fr

فهرس المحتويات:

قائمة الجداول و الأشكال	4
فهرس	5
مقدمة	6
المحور الأول : توزيع خدمات التأمين	8
تمهيد	9
1- أهمية التوزيع	9
2- أهداف و وظائف التوزيع	10
2-1-أهداف التوزيع	10
2-2-وظائف التوزيع	11
3- سياسات التوزيع	12
4- خصوصية التوزيع في مجال التأمين	13
5- تخطيط الخدمات التأمينية	15
6- أساليب توزيع خدمات التأمين	16
خلاصة	23
المحور الثاني: الإطار القانوني والتنظيمي لنشاط الوساطة التأمينية	24
تمهيد	25
1- نظام التأمين في الجزائر	25
1-1- وزارة المالية	25
1-2- الإطار المؤسساتي المكون من ثلاثة هيئات	25
1-3- خبراء التأمين	26
1-4- شركات التأمين وإعادة التأمين	26
2- شروط ممارسة مهنة الوساطة التأمينية	30
2-1- الخلق الحسن و الكفاءة المهنية	30

2-2- إجبارية التأمين على المسؤولية المدنية المهنية 31
2-3- إلزامية تقديم ضمانات مالية 32
3- آلية الرقابة على نشاط وسطاء التأمين 32
3-1 الهيئات المعنية بالرقابة على نشاط الوساطة التأمينية 34
3-2 الرقابة الميدانية و العقوبات 35
خلاصة 37

المحور الثالث: الوكلاء العامون للتأمين 38
تمهيد 39
1-أنواع الوكلاء العامون 40
1-1- الوكيل المفوض و المندوب ذو التوكيل العام 40
1-2- الوكلاء المستقلين و شبه المستقلين 40
1-3- وكلاء الإنتاج ووكلاء الإصدار 41
2- شروط ممارسة نشاط الوكالة في الجزائر 42
3- عقد التعيين 44
4- أجر(مكافأة) الوكيل العام 45
5- حقوق الوكيل العام في حالة التوقف عن النشاط 47
6- التعويض عند نهاية عقد التعيين 48
7- التصنيف الاجتماعي و الضريبي للوكيل العام 48
7-1 التصنيف الاجتماعي 48
7-2 الخضوع للضريبة 49
8- محاسبة الوكلاء العامون 49
9- وظائف و دور الوكيل العام 50
10- مسؤولية الوكيل العام 52
11- مردودية الوكيل العام 54
خلاصة 56

المحور الرابع: سماسرة التأمين 57

تمهيد 58

1- شروط الحصول على الإعتماد لسمسار التأمين 59
2- شروط التأهيل المهني 60
3- أجر(مكافأة) السمسار 61
4- دور ومهام سمسار التأمين 62
5- أنواع السماسرة 66
6- التصنيف الاجتماعي والضريبي للسمسار 69
7- الوثائق الخاضعة للرقابة 69

خلاصة 70

المحور الخامس: صيرفة التأمين 71

تمهيد 72

1- الجانب القانوني لنشاط صيرفة التأمين في الجزائر 73
1-1- تعريف صيرفة التأمين 73
1-2- مبدأ إبرام اتفاقية صيرفة التأمين 75
2- اللوائح و المواد القانونية المنظمة لإتفاقية صيرفة التأمين 76
3- أساليب صيرفة التأمين في الجزائر 78
4- حوصلة عن أهم اتفاقيات صيرفة التأمين في الجزائر 80
5- منتجات صيرفة التأمين المرخصة في الجزائر (قانون 06-04) 83
6- تطور نشاط صيرفة التأمين في الجزائر 86
6-1- نمو صيرفة التأمين في الجزائر 87
6-2- واقع صيرفة التأمين في الجزائر(التحديات و المعوقات) 90
6-2-1- الحواجز من جانب البنوك 90
6-2-2- الحواجز من جانب شركات التأمين 91
6-2-3- الحواجز من جانب الزبائن 91
6-2-4- الحواجز الاقتصادية 92

خلاصة 93

خاتمة 95

قائمة المراجع 96

فهرس المحتويات 99