

Bulletin des Assurances

CNA



المجلس الوطني للتأمينات
CONSEIL NATIONAL DES ASSURANCES

Numéro 31 2^{ème} Trimestre 2015

01, LOT SAID HAMDINE – BIR MOURAD RAIS - ALGER

TEL: 021 60 52 74 à 76 – FAX: 021 60 52 82

WEB: www.cna.dz - E-MAIL: contact@cna.dz

EDITORIAL

L'EFFORT À FAIRE

L'investissement des assureurs dans le marketing, la publicité et la communication – sur divers supports médiatiques- est, certes, en progression mais, il demeure très loin de ses réelles capacités et du rang qu'il pourrait occuper, celui de leader en l'occurrence, comme cela est souvent le cas dans les pays développés.

En effet, selon les résultats rendus publics d'une récente étude réalisée par IMMAR Research and consultancy, le secteur des banques, finances et assurances en Algérie, durant les trois premiers mois de 2015, n'est point sur le podium des plus gros annonceurs publicitaires (sur les chaînes de télévision, de radio et, enfin, dans la presse écrite nationale), puisque dépassé largement par le trio télécommunications, agroalimentaire et automobile.

A titre d'illustration, et pour le seul support de la presse écrite, la publicité du secteur financier (banques et assurances) n'est que de 4,18%, loin derrière les télécommunications (40,36%) et l'automobile (27,25%). Pourtant le marché national global de la publicité a connu, durant le premier trimestre 2015, un bond considérable de 42% par rapport à la même période en 2014.

La seule stagnation du chiffre d'affaire du secteur des assurances, durant la même période, n'explique pas tout. Il y a forcément une attitude meilleure à adopter par le secteur des assurances pour rendre ses ambitions au même diapason, à ce propos.

L'effort en question peut se voir dérouler sur la tragique situation de l'accidentologie. Durant les 365 jours de l'année écoulée, 2014 en l'occurrence, 365 décès de plus (qu'en 2012) ont été enregistrés dans les accidents de la route. Un véritable drame que la sensibilisation et la prévention pourraient atténuer un tant soit peu.

Cependant, il est à noter que les efforts considérables fournis par les sociétés sur d'autres volets, comme c'est le cas de la formation de leurs salariés qui a connu, à titre d'illustration, une augmentation significative de 61% en 2013.

Il est parfois des situations desquelles bien des leçons sont tirées pour mieux appréhender l'avenir. Et l'assurance n'y échappera guère. Pour cela, l'humanité a pu découvrir l'expertise, depuis le XIII^e siècle déjà ! L'effort à faire est multiple et multidimensionnel.

SOMMAIRE

EDITORIAL :

L'effort à faire

-Par BENBOUABDELLAH
Abdel Hakim.

RISQUE :

Accidents de la circulation durant la
période 2012-2014

Le nombre de blessés en baisse, le
nombre de morts en hausse

-Par Mazou Walid

CHIFFRES :

Evolution de l'emploi dans le secteur des
assurances

-Par ZENIKHRI Mourad.

CHIFFRES :

Secteur des assurances :

Une quasi-stagnation pour le premier
trimestre 2015

-Par DDAM

RESSOURCES HUMAINES

Les sociétés d'assurance encouragent la
formation des salariés

Evolution du budget formation de 61%
en 2013

-Par ZENIKHRI Mourad

LU POUR VOUS

La profession d'expert en assurance

-Par KERROUCHE Rabea

LU POUR VOUS

Pour rire

-Par KERROUCHE Rabea

Coordination

HAMIDOUCHE Younes

Conception et réalisation

ZENIKHRI Mourad