

LES ENJEUX DE L'ASSURANCE VIE

Présenté par :

Jean Kacou DIAGOU

Président du groupe NSIA

I. IMPORTANCE DE L'ASSURANCE VIE DANS LE MONDE

1.1 LE MARCHE MONDIAL DE L'ASSURANCE VIE EN 2005

1.2 LE MARCHE EUROPEEN DE L'ASSURANCE VIE EN 2005

1.3 LE MARCHE AFRICAIN DE L'ASSURANCE VIE EN 2005

1.4 LE MARCHE CIMA DE L'ASSURANCE VIE EN 2005

1.5 REPARTITION PAR PAYS DU CHIFFRE D'AFFAIRES
D'ASSURANCE VIE DANS LE MARCHE CIMA

II. L'ENVIRONNEMENT DE L'ASSURANCE VIE DANS LA CIMA

2.1 ETAT DES LIEUX

2.2 PROPOSITIONS

CONCLUSION

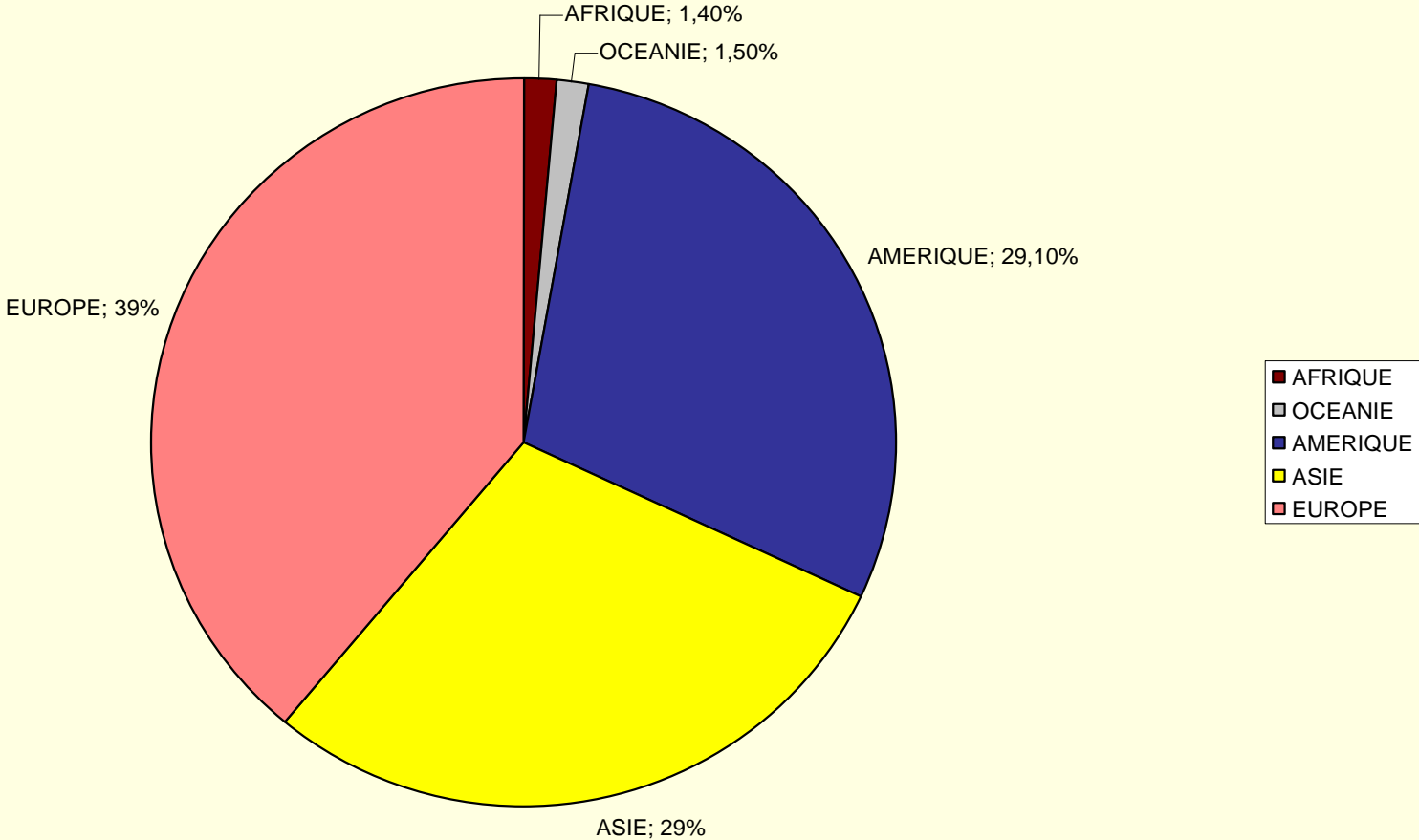
INTRODUCTION

Le développement durable qui vise aussi la recherche d'un équilibre économique à long terme, notamment par la collecte de l'épargne en vue du financement des investissements, situe les acteurs du système (collecte de l'épargne + financement des investissements) comme d'importants agents économiques appelés à contribuer au renforcement des capacités de l'économie.

I. L'IMPORTANCE DE L'ASSURANCE VIE DANS LE MONDE

- ❖ Dans ce système, intervient fort remarquablement l'assureur vie par sa capacité à mobiliser les capitaux, via les produits d'assurance vie et plus spécialement les produits d'épargne long terme.
- ❖ Avec ce stock de capital (primes), l'assureur vie procède à d'importants investissements dans l'économie.
- ❖ Sur tous les espaces économiques aussi bien nationaux qu'intégrés, cette prééminence demeure perceptible.

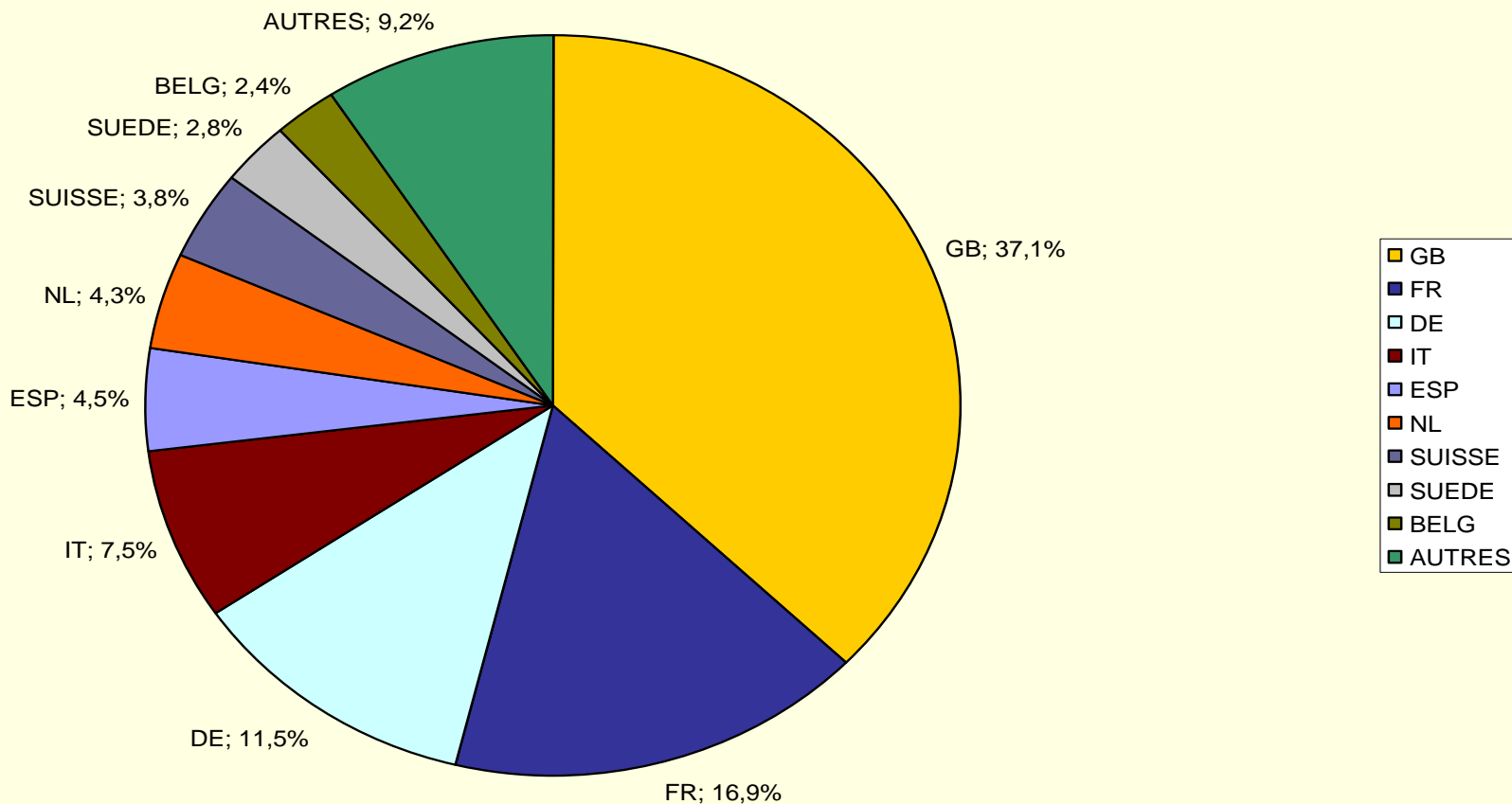
1.1 LE MARCHE MONDIAL DE L'ASSURANCE VIE EN 2005



Chiffre d'affaires mondial 2005 : 1.974 milliards \$ US

Les enjeux de l'assurance vie

1.2 LE MARCHE EUROPEEN DE L'ASSURANCE VIE EN 2005



Répartition du CA par pays

Chiffre d'affaires 2005 : 617 milliards d'euros

source: CEA(Comité Européen des Assurances)

1.3 LE MARCHÉ AFRICAIN DE L'ASSURANCE VIE EN 2005



❖ Le marché Africain se caractérise par la primauté du marché Sud Africain qui représente 90% du C.A du continent.

❖ D'une façon générale, les pays du monde francophone en Afrique subsaharienne présente un chiffre d'affaires bien moins élevé que celui des pays anglophones Africains.

1.4 LE MARCHÉ CIMA DE L'ASSURANCE VIE EN 2005 (suite)



➤ Evolution du marché de 1995 à 2005

Années	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
CA	46 923	50 446	51 214	58 107	63 879	62 191	67 825	71 615	75 279	86 374	98 183
Evolution		8%	2%	13%	10%	-3%	9%	6%	5%	15%	14%

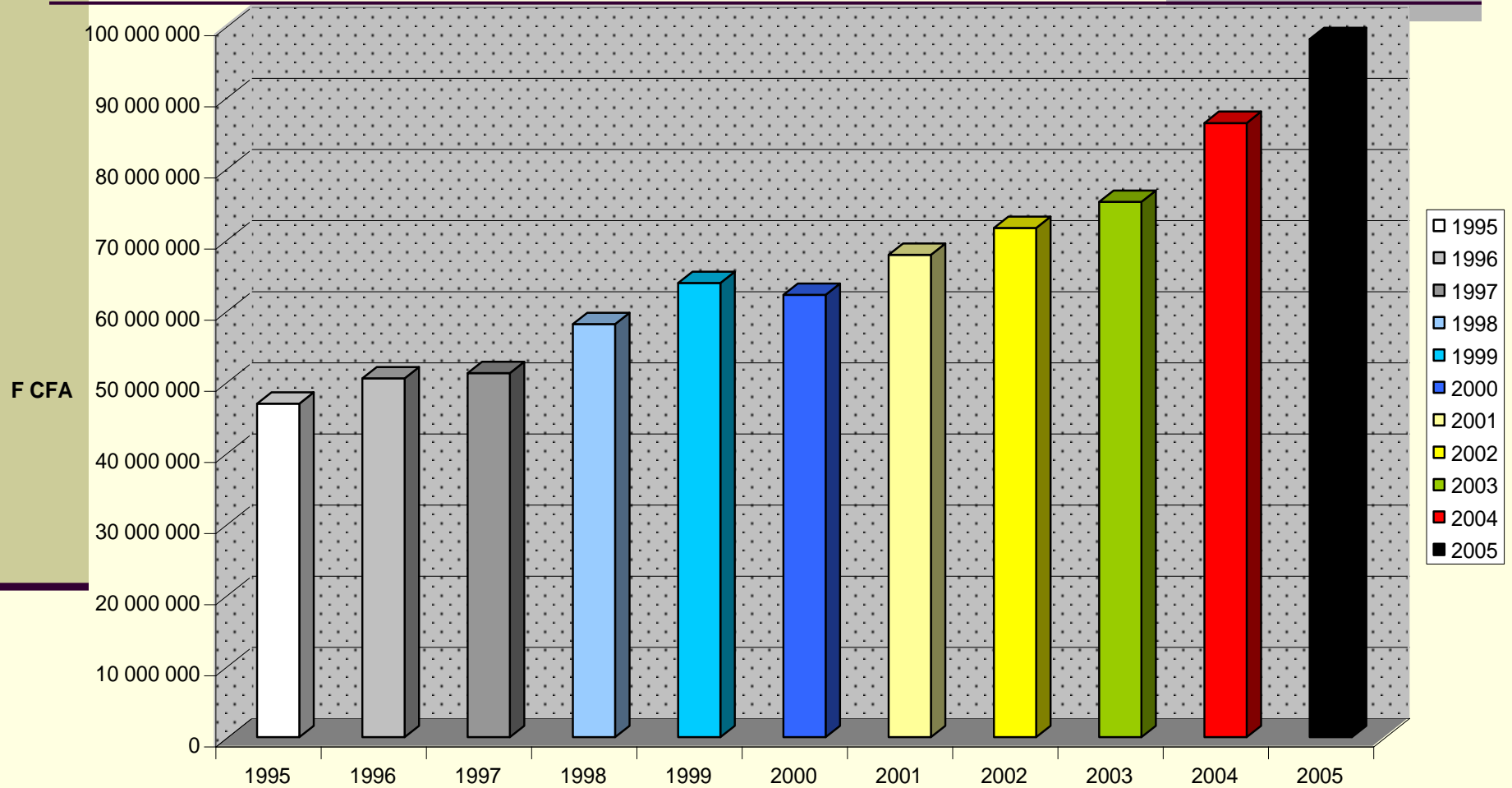
Chiffres en millions de francs CFA

source: FANAF

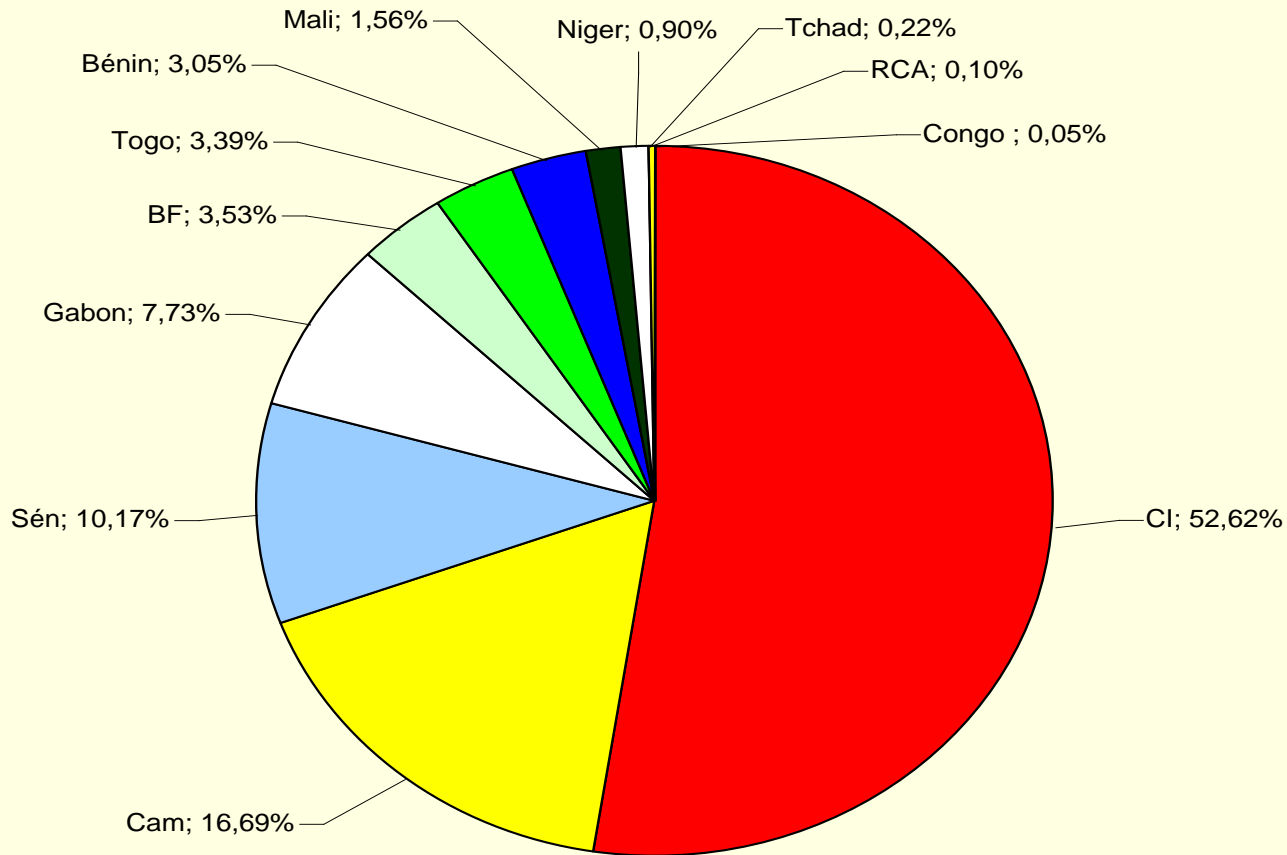
1.4 LE MARCHE CIMA DE L'ASSURANCE VIE DE 1995 à 2005



CA VIE DANS L'ESPACE CIMA



1.5 REPARTITION PAR PAYS DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'ASSURANCE VIE DANS LE MARCHE CIMA

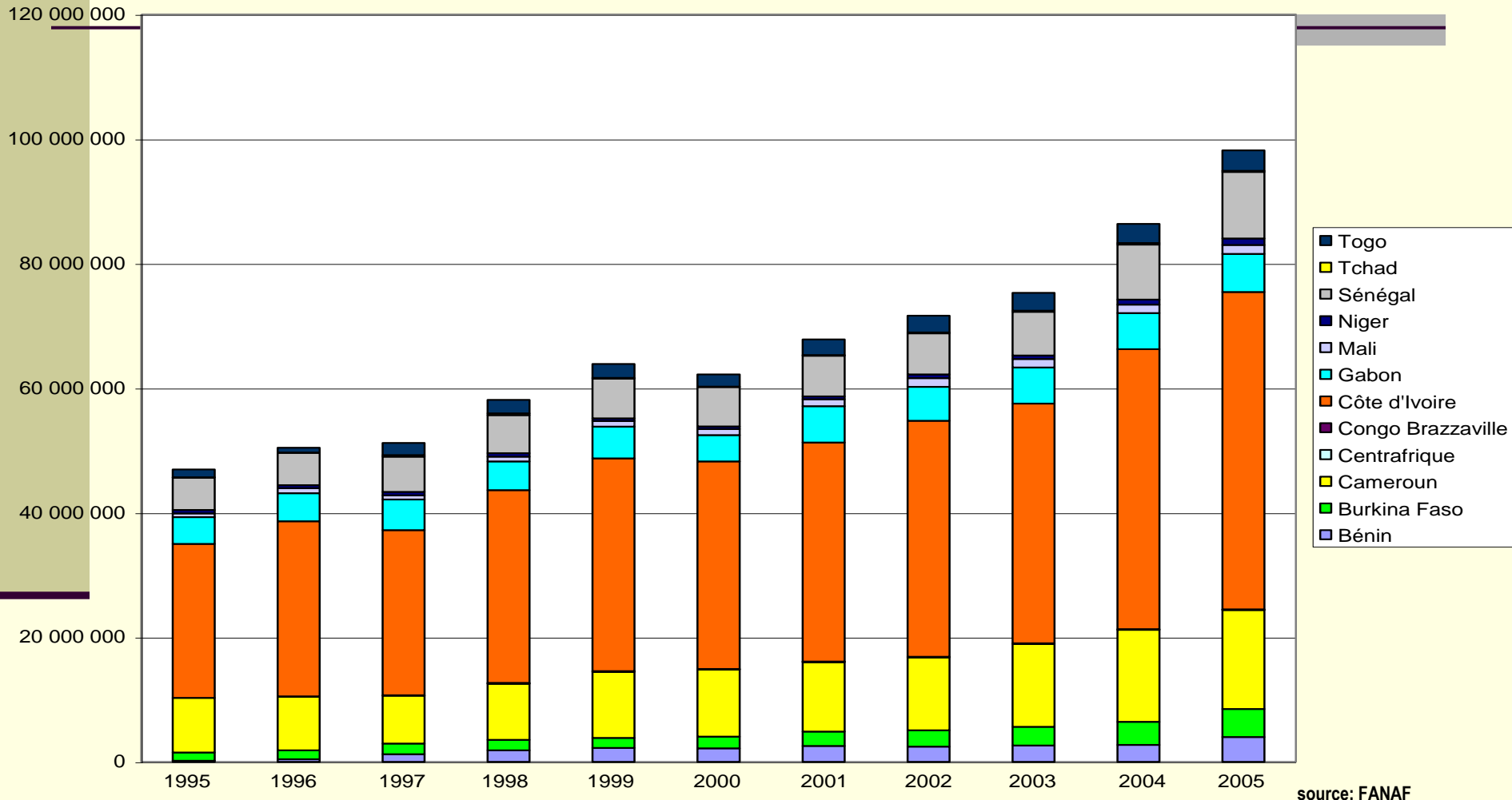


source: FANAF

1.5 REPARTITION PAR PAYS DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'ASSURANCE



VIE DANS LE MARCHE CIMA DE 1995 à 2005



source: FANAF

1.5 REPARTITION PAR PAYS DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'ASSURANCE VIE DANS LE MARCHE CIMA (suite)



Années	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
C.A CIMA	46 923	50 446	51 214	58 107	63 879	62 191	67 825	71 615	75 279	86 374	98 183
C.A COTE D'IVOIRE	24 736	28 109	26 499	30 947	34 156	33 316	35 162	37 919	38 464	44 954	50 946
PART DE LA CI	53%	56%	52%	53%	53%	54%	52%	53%	51%	52%	52%

chiffres en millions de francs CFA

source: FANAF

L a Côte d'Ivoire représente plus de 50% du marché vie de l'espace CIMA de façon quasi stable depuis la création de cette zone.

1.5 REPARTITION PAR PAYS DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'ASSURANCE VIE DANS LE MARCHE CIMA (suite)



- ❖ Le tissu économique de la CI, la présence d'acteurs majeurs sur le marché et la promotion de l'assurance vie favorisent un tel développement.

II. L'ENVIRONNEMENT DE L'ASSURANCE VIE DANS LA CIMA



❖ **La problématique du développement durable appelle à deux choses :**

- 1. La définition d'objectifs précis et concrets face aux défis à relever ;**
- 2. La mise en place de réseaux, d'outils et méthodes pour la réalisation de ces objectifs.**

2.1 Etat des lieux du marché CIMA



La CIMA présente un chiffre d'affaires très faible dans le chiffre d'affaire global du continent.

Avec 90% du chiffre d'affaires continental, l'Afrique du Sud vient en tête, suivi des pays du Maghreb et de quelques pays anglophones.

2.1 Etat des lieux du marché CIMA (suite)



Le chiffre d'affaire vie des pays de la CIMA est très faible dans la part du PIB de la zone.

ANNEES	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
ZONE UEMOA	0,27%	0,27%	0,26%	0,27%	0,27%	0,26%	0,26%	0,26%	0,26%	0,29%	0,31%
ZONE CEMAC	0,14%	0,13%	0,11%	0,12%	0,13%	0,10%	0,11%	0,10%	0,11%	0,11%	0,09%
ZONE CIMA*	0,22%	0,21%	0,19%	0,21%	0,21%	0,19%	0,19%	0,19%	0,19%	0,20%	0,20%

source: FANAF - Banque de France

La part du PIB de la zone UEMOA est supérieure à celle de la CEMAC grâce au poids de la Côte d'Ivoire dans la zone.

* CIMA hors Guinée Equatoriale et Comores

2.1 Etat des lieux du marché CIMA (suite)



Plusieurs facteurs justifient la faiblesse du marché à l'échelle du continent et spécialement dans la zone CIMA.

Quels sont les freins:

- **Le manque d'incitation fiscale à l'épargne longue et à l'assurance vie;**
- **Insuffisance d'instruments financiers rentables;**

2.1 Etat des lieux du marché CIMA (suite)



- Manque relatif de produits adaptés aux contextes locaux (milieu rural et informel);
- Impossibilité de créer des produits en unité de compte du fait de l'absence ou de la léthargie de la bourse des valeurs;

2.1 Etat des lieux du marché CIMA (suite)



- **Réglementation trop restriction des placements en matière d'assurance vie ;**
- **Rigidité de la réglementation en matière de table de mortalité;**
- **Application d'une taxe sur la prime dans certains pays ;**
- **La crainte de la dévaluation de la monnaie;**

2.1 Etat des lieux du marché CIMA (suite)



- Niveau de la taxe de contrôle très élevé ;
- Souscription de contrats hors zone CIMA par la population la plus aisée et le personnel cadre de certains grands groupes industriels;
- Étroitesse et cloisonnement des marchés : pas de possibilité d'avoir un marché commun

2.1 Etat des lieux du marché CIMA (suite)



- **La mentalité d'assistés de la population par l'Etat**
- **Manque d'une politique dynamique de promotion de l'assurance vie par les assureurs;**
- **Le manque de culture de l'épargne dans le comportement des ménages et agents économiques.**

2.1 Etat des lieux du marché CIMA (suite)



- La présence relative de caisses de prévoyance sociale ;
- La solidarité africaine.
- Absence d'une véritable politique de développement de l'assurance vie dans nos pays:
 - C'est dû à la non prise de conscience du rôle moteur de l'assurance vie dans le développement d'un pays.

2.2 Les propositions



- ✓ Suppression de la taxe d'enregistrement dans tous les pays;
- ✓ Renforcement de mesures fiscales incitatives à l'épargne en assurance vie (individuelle, entreprises);
- ✓ Autorisation de placement hors zone CIMA des capitaux à hauteur minimum de 33% des provisions;
- ✓ Promotion de l'assurance vie par les associations nationales et régionales ;
- ✓ La création d'un marché unique (ou deux) d'assurance, conformément aux termes de référence de la CIMA

2.2 Les propositions (suite)



- ✓ Mise sur le marché de produits mieux adapté au contexte local;
- ✓ Enseignement de l'assurance dans les écoles et dès le primaire;
- ✓ Réduire fortement ou supprimer la taxe de contrôle;
- ✓ Mise en place de nouveaux instruments financiers spéculatifs susceptibles de garantir une plus grande rentabilité;

2.2 Les propositions (suite)



- ✓ Les contrats d'assurance étant à long terme, il faut laisser une flexibilité au niveau de la table de mortalité;
- ✓ Enfin, la prise de conscience du rôle moteur de l'assurance vie dans le développement économique d'un pays par les gouvernements et partant la mise en place d'une véritable politique de mobilisation de l'épargne par le développement de l'assurance vie.

CONCLUSION



Tant que nos gouvernements n'auront pas pris conscience véritablement du rôle de l'épargne longue dans le développement économique de nos pays par le canal privilégié de l'assurance vie sous toutes ses formes, toutes ces mesures ne seront que dérisoires pour le développement de l'assurance vie.