



40^{ème} ASSEMBLEE GENERALE ANNUELLE DE LA FANAF

**PANEL N° 3 :« COMMENT TROUVER ET
ATTEINDRE LES ASSURES EMERGENTS »**



PLAN DE LA COMMUNICATION

1. INTRODUCTION : DEFINITION DE L'ASSURE EMERGENT

2. CARACTERISTIQUES DES ECONOMIES AFRICAINES EN EMERGENCE

3. OU TROUVER LES ASSURES EMERGENTS ?

4. QUELS PRODUITS ET QUELLE APPROCHE COMMERCIALE NOUVELLE POUR ATTEINDRE LES ASSURES EMMERGENTS.

5. CONCLUSION



PANEL N° 2 :« COMMENT TROUVER ET ATTEINDRE LES ASSURES EMERGENTS »

1. INTRODUCTION : DEFINITION DE L'ASSURE EMERGENT

2. CARACTERISTIQUES DES ECONOMIES AFRICAINES EN EMERGENCE

3. OU TROUVER LES ASSURES EMERGENTS ?

4. QUELS PRODUITS ET QUELLE APPROCHE COMMERCIALE NOUVELLE POUR ATTEINDRE LES ASSURES EMERGENTS.

5. CONCLUSION



1. DEFINITION DE L'ASSURE EMERGENT

Le vocable est à la mode pourrait-on dire, et il a le plus souvent été utilisé pour des pays.

Par « **Pays Emergent** » on entend des pays dont le PIB par habitant est inférieur à celui des pays développés, mais qui connaissent une croissance économique rapide, et dont le niveau de vie ainsi que les structures économiques convergent vers ceux des pays développés.

C'est donc des pays qui ont tendance à voir plusieurs indicateurs (notamment économique) à la hausse de façon conséquente et qui s'approchent petit à petit du groupe des pays dits développés.

Par Pays émergents on a identifiés d'abord les BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine) puis on a ajouté l'Afrique du Sud et c'est dorénavant les BRICS.

Mais selon une récente étude publiée en 2014 par l'assureur Crédit la COFACE, 4 pays Africains sont également sur cette voie avec en tête le Kenya, suivi de l'Éthiopie, la Zambie et la Tanzanie, et certains analystes économiques y rajoute le Nigéria, le Ghana, la Côte d'Ivoire.



Quid donc de l'assuré émergent. Par déduction on pourrait donc faire le parallèle suivant, et dire que l'assuré émergent est une personne physique dont le revenu s'est amélioré, lui permettant de dégager une part qui pourrait être affectée à la couverture de nouveaux besoins dont la protection en ferait partie.

Une telle définition nous paraît limitative car ne prenant pas en compte certaines couches défavorisées de la population, qui quand bien même vivant à la limite du seuil de pauvreté exercent diverses activités dans le secteur dit informel, sans pour autant connaître une amélioration notable de leur situation financière.

Y a-t-il un lien entre pays émergents et assurés émergents ?

Où bien dans les pays non qualifiés d'émergents n'existerait-il pas des assurés émergents ?



PANEL N° 2 :« COMMENT TROUVER ET ATTEINDRE LES ASSURES EMERGENTS »

1. INTRODUCTION : DEFINITION DE L'ASSURE EMERGENT

2. CARACTERISTIQUES DES ECONOMIES AFRICAINES EN EMERGENCE

3. OU TROUVER LES ASSURES EMERGENTS ?

4. QUELS PRODUITS ET QUELLE APPROCHE COMMERCIALE NOUVELLE POUR ATTEINDRE LES ASSURES EMERGENTS.

5. CONCLUSION



2. CARACTERISTIQUES DES ECONOMIES AFRICAINES EN EMERGENCE

L'économie mondiale s'essouffle avec le ralentissement de la croissance, mais tous les analystes économiques s'accordent à dire que c'est de l'Afrique que viendra le nouveau souffle qui impulsera la croissance mondiale. Et lorsque l'on analyse les pays dits émergents on constate ce qui suit :

- La croissance démographique de certains pays comme, le Burkina, Mali, Niger sans oublier le Nigeria qui doublera d'ici 2050 sa population avec de nouveaux consommateurs ;
- L'augmentation du tissu économique grâce aux unités de transformation de plus en plus nombreuses. Car en moins de 10 ans, plus d'un pays a eu faire par 2 fois au minimum, une relecture de son code des investissements et/ou minier en vue d'attirer d'avantage d'investisseurs étrangers, tout en favorisant également des opérateurs locaux ;



- Des découvertes de pétrole et de gaz interviennent comme par miracle dans certains pays de l'Afrique subsaharienne, alors qu'il y a quelques années ils étaient des déserts géologiques, pour ne pas dire les oubliés de la nature. Cas du Sénégal pour le gaz et le pétrole, le Niger, le Ghana etc...
- L'urbanisation accélérée des villes avec des demandes de plus en plus grande en infrastructures et services de toute nature (route, eau, électricité etc...);
- Adaptation rapide surtout de la jeunesse à l'utilisation des NTIC;
- L'émergence d'une classe moyenne constitué des fonctionnaire, des diplômés du secteur privé et de certains acteurs du secteur informel.

« *Le temps de l'Afrique est arrivé* », disait Nelson Mandela, et les différents sommets intercontinentaux avec l'Afrique qui se sont créés le prouvent si besoin était, de l'intérêt, pour ne pas dire l'enjeu que représentera l'Afrique pour le reste du Monde. Celui qui était connu était France/Afrique, puis s'en sont suivi Europe/Afrique, Japon/Afrique, Chine/Afrique, Inde/Afrique et les autres à venir.



PANEL N° 2 :« COMMENT TROUVER ET ATTEINDRE LES ASSURES EMERGENTS »

1. INTRODUCTION : DEFINITION DE L'ASSURE EMERGENT

2. CARACTERISTIQUES DES ECONOMIES AFRICAINES EN EMERGENCE

3. OU TROUVER LES ASSURES EMERGENTS ?

4. QUELS PRODUITS ET QUELLE APPROCHE COMMERCIALE NOUVELLE POUR ATTEINDRE LES ASSURES EMERGENTS.

5. CONCLUSION



3. OU TROUVER L'ASSURE EMERGENT?

3-1 LA CLASSE MOYENNE

- Autrefois, quand des économistes évoquaient l'Afrique subsaharienne, ils ne s'intéressaient qu'à un seul et unique pays: l'Afrique du Sud. Il y a dix ans, c'était le pays le plus riche, pourvu des institutions les plus solides et du marché boursier le plus développé. Mais au final, tout se résumait à ceci: l'Afrique du Sud possédait ce qui manquait à tous les autres pays subsahariens du continent: une classe moyenne conséquente.
- Mais les choses sont en train de changer, car publié dans son rapport intitulé « **La classe moyenne africaine** » du 6 mai 2011, la Banque africaine de développement estime que plus d'un tiers de la population du continent africain fait à présent partie de la classe moyenne. Pour la banque, «**La classe moyenne émergente d'Afrique est à peu près équivalente à celle de l'Inde ou de la Chine, et elle est largement envisagée comme l'avenir de l'Afrique, le groupe crucial pour le développement économique et politique du continent.**»



- La BAD définit la classe moyenne africaine comme étant composée d'individus dépensant par jour entre 2 et 20 dollars. Selon cette définition, 370 millions d'Africains appartiendraient à ce groupe, soit 34% de la population totale qui est de 1,1 milliard de personnes. Le nombre des ménages a dépassé les 15 millions dans les 11 pays subsahariens en 2014, contre 4,6 millions en 2000 et 2,4 millions en 1990.
- La demande de services y est très élevée et la nouvelle classe moyenne adopte rapidement nombre des luxes de la vie moderne. Et l'on constate une corrélation entre classe moyenne et une foule de choses positives: un niveau supérieur d'éducation, un meilleur accès à Internet, une meilleure infrastructure et même une réduction de la taille moyenne des familles. Ce phénomène est un serpent qui se mord la queue: le rapport de la BAD attribue l'augmentation des classes moyennes à la création de nouvelles entreprises privées destinées à servir, vous l'aurez compris, la classe moyenne.



- Le Groupe CFAO en Octobre 2015 a dévoilé les résultats de son étude faite par dans 5 pays africains (Maroc, Cameroun, Côte d'Ivoire, Nigeria et Kenya), et qui a abouti à la création d'enseigne de la grande distribution tel que Carrefour en décembre 2015 à Abidjan, en prélude à d'autres ouvertures dans les autres pays identifiés. Selon l'étude la classe moyenne africaine se caractérise par un travail, et est en quête de toute opportunité rentable.
- Soixante-douze pour cent d'entre eux ont l'habitude de mettre de côté de l'argent chaque mois. Certains font aussi du commerce, managent une entreprise ou travaillent à temps partiel.
- En ce qui concerne les traits caractéristiques du nouveau consommateur africain, l'étude note qu'il s'agit majoritairement de salariés du secteur privé sortis d'une logique de subsistance, et qui privilégient la consommation locale. Ils dépensent un quart de leurs revenus pour leur alimentation et gèrent rigoureusement leur budget. Ils cumulent souvent emplois formel et informel et investissent dans l'avenir, notamment dans l'éducation de leurs enfants.



➤ Du fait de l'émergence de cette classe, on assiste à une hausse de la consommation intérieure dans de nombreux pays. Car les ventes de réfrigérateurs, de télévisions, de téléphones portables, de deux-roues et d'automobiles ont explosé dans pratiquement tous les pays d'Afrique ces dernières années. Par exemple, au Ghana, le nombre de propriétaires d'automobiles et de motos a progressé de 81 % depuis 2006.

➤ La classe moyenne représente l'arrivée d'une nouvelle classe de consommateurs qui exigent des services publics de haute qualité. Ce phénomène va impulser une dynamique, l'émergence de nouveaux secteurs et d'opportunités, notamment dans la télécommunication, les véhicules, la grande vente au détail et les banques.

Mais la classe moyenne, elle-même n'est pas uniforme pour ne pas dire unique. En effet l'étude de la BAD a révélé qu'à l'intérieur de cette classe moyenne, il y a 3 subdivisions :



- La classe moyenne supérieure;
- La classe moyenne inférieure;
- Et une nouvelle catégorie appelée «*classe moyenne flottante*».

Ce dernier groupe vient à peine de s'extraire de la pauvreté, et sa consommation quotidienne varie entre 2 et 4 dollars par jour (entre 1,4 et 2,8 euros). La classe moyenne flottante est aussi le sous-groupe qui a crû le plus vite ces dernières années, passant d'à peine plus de 10% de la population en 1980 à plus de 20% aujourd'hui.

Et la naissance de cette classe moyenne, s'est également accompagnée de groupe de pression, et d'association de défense des intérêts des consommateurs qui à la faveur de leur nombre entendent agir sur le rapport qualité/prix des produits proposés par les entreprises, et sur les aspects réglementaires portant sur le contrôle des pouvoirs public en vue de la protection des consommateurs.



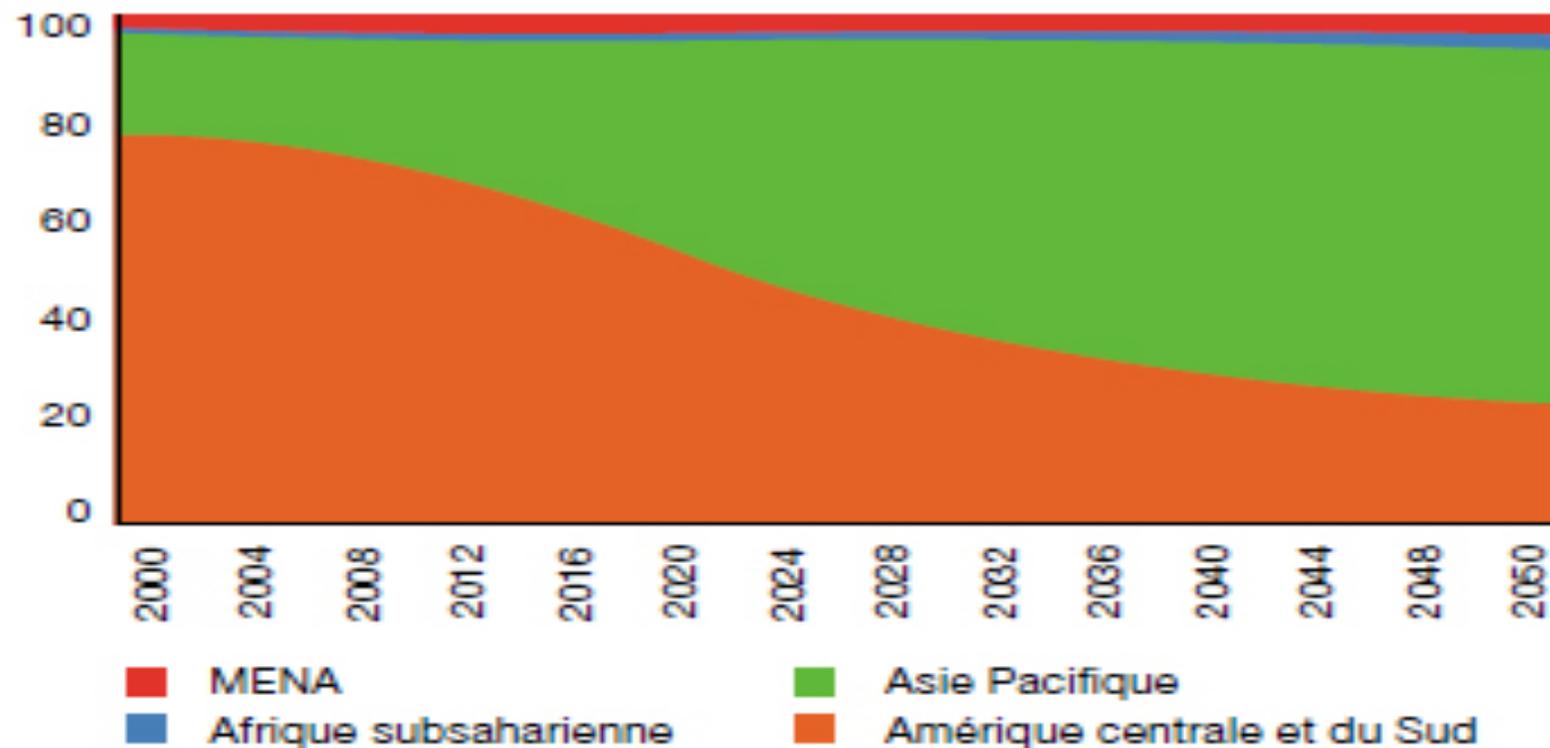
Et au-delà des exigences dans la qualité des biens de consommation, cette classe à également des exigences tout court de lutte contre la corruption, de bonne gouvernance, de changement et d'alternance politique avec un respect strict des constitutions sans tripatouillage. Rappelez-vous le rôle qu'ont joué des mouvements comme « **Y en à marre** » au Sénégal », et récemment le « **Balai Citoyen** » dans le changement intervenu au Burkina Faso.

➤ La classe moyenne donc constitue donc le 1er groupe d'assurés émergents, et est en même temps pour les gouvernants une bombe politique à retardement;





Consommation mondiale de la classe moyenne, 2000-2050 (% du total mondial)



Source : Kharas, Homi (2010), « The Emerging Middle Class In Developing Countries », Development Centre Working Papers, No. 285, Éditions OCDE

MENA « Middle East and North Africa », « [Moyen-Orient](#) et [Afrique du Nord](#) »







CC - Kigali Wire



3-2 LES PAYSANS DE L'AGROBUSINESS

Aujourd'hui on assiste également dans les pays africains, à l'émergence d'une nouvelle catégorie des paysans modernes qui ne se contentent plus d'une agriculture de subsistance, mais qui conduisent leurs exploitations agricoles et/ou leurs élevages comme de petites entreprises avec des moyens techniques supérieurs. Ils pratiquent les cultures de rente café, cacao, coton, haricot vert, fruits et légumes pour les marchés nationaux et internationaux etc.

Et à chaque fin de campagne il dégagent des revenus substantiels qui leur permettent d'afficher un standing social plus élevé, faisant deux de nouveaux consommateurs de la classe moyenne.

Ce groupe également est un vivier d'assurés émergents pour les assureurs tant pour leur activité que pour eux même.

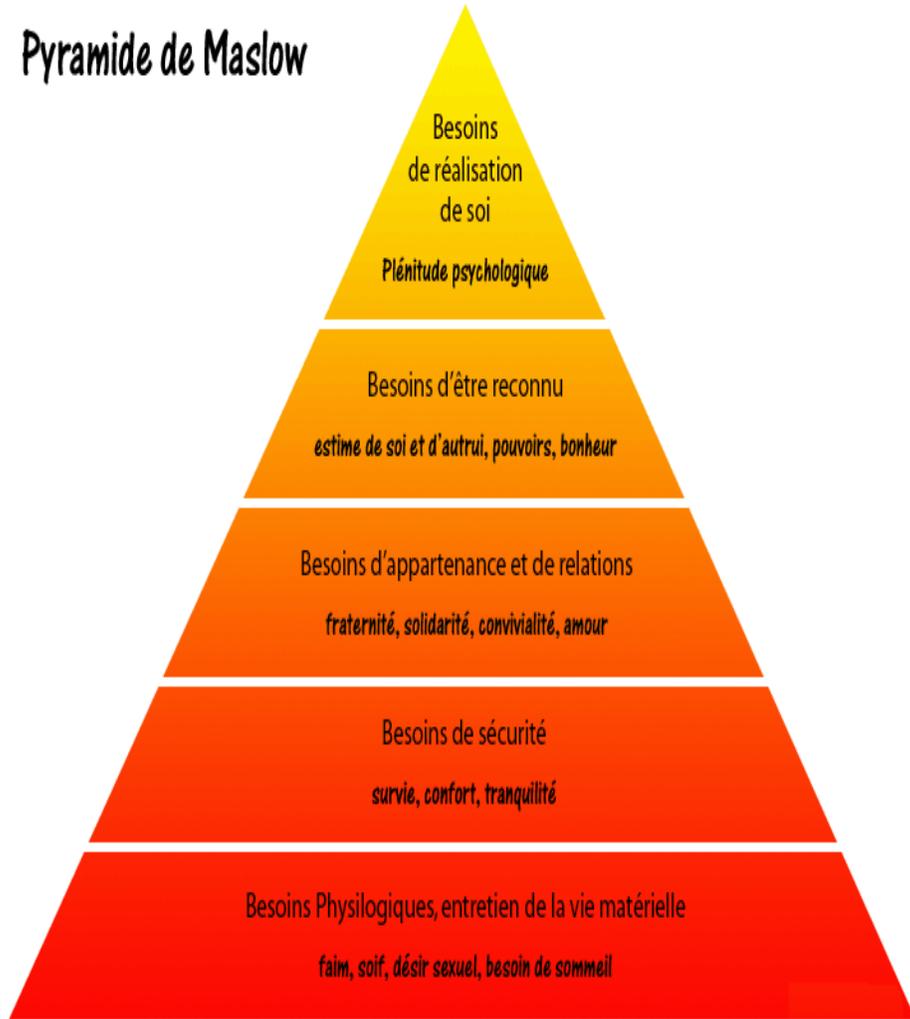


3-3 LES ASSURANCES OBLIGATOIRES POUR CERTAINES ACTIVITES

- ▶ Imposer l'assurance incendie des locaux à toute activité commerciale atteignant un certain seuil et qui reçoit du public. C' est le cas des petits supermarché, et de certains magasins de détail, etc..
- ▶ Dans le domaine de la construction beaucoup de bâtiments avec des capitaux important sont érigés dans certains pays par des particuliers sans, aucune couverture d'assurance avec les risque que cela comportent. Avec l'appui de l'Etat, la souscription d'assurances pour couvrir ces ouvrages devraient être instituée. Ce qui constituera à n'en pas douter une autre catégorie d'assuré émergents.

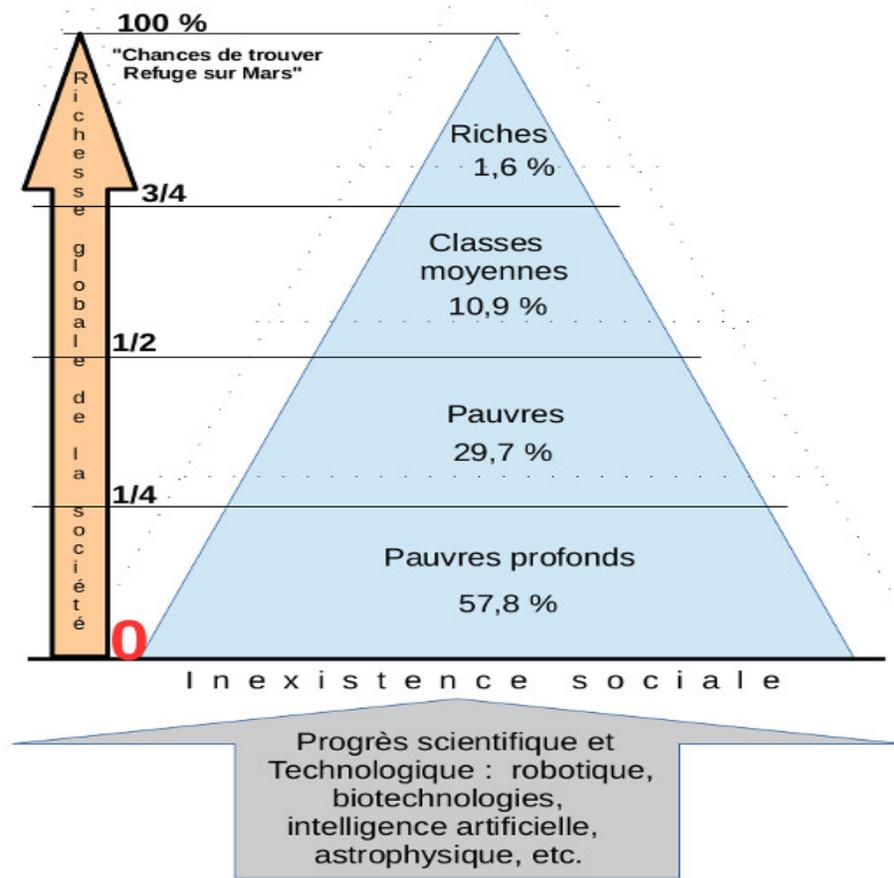


Pyramide de Maslow



La Pyramide sociale

Schéma d'évolution prévisible de la société sous la poussée du progrès post-moderne



<http://pyramidologiesociale.blogspot.fr>



Évolution de la population mondiale par catégories sociales selon la démographie

Copyright Claude Courty Mars 2014

Catégories sociales	Époques et hypothèses d'accroissement			Hypothèses de réduction	
	An 2010	An 2050*	An 2100*	N°1	N°2
Population totale	7 000	9 000	11 200	3 000	2 000
Riches (a) 3.7%	259	333	414	111	74
Classes moyennes (b) 24.3%	1 815	2 187	2 722	729	486
pauvres (c) 70%	4 926	6 300	8 400	2 100	1 400

En millions

* Projections a minima

Nota - Les chiffres et pourcentages ci-dessus sont ceux moyennement admis par les instances publiant des données à ce sujet (ONU, B.M., INED, ONG diverses) ou en résultent.



**Tableau de simulation des couches sociales mondiales et de celles de la population de Côte d'Ivoire.
Perspectives de la pyramide sociale. Rédigé par Bamba Athanaz en Septembre 2006**

COUCHES SOCIALES		POPULATION MONDIALE 6 000 000 000 hbts	POPULATION DE CÔTE D'IVOIRE		
			<i>Population globale 0,266 % pop. mondiale 16 000 000 hbts</i>	<i>Population propre 11 680 000 hbts</i>	<i>Population allogène ~ 27 % pop. Glob CI 4 320 000 hbts</i>
Très riches, nantis	04 %	240 000 000	640 000	467 200	172 800
Riches	12 %	720 000 000	1 920 000	1 401 600	518 400
Intermédiaires	20 %	1 200 000 000	3 200 000	2 336 000	834 000
Pauvres	28 %	1 680 000 000	4 448 000	3 270 400	1 177 600
Très pauvres, indigents	36 %	2 160 000 000	5 760 000	4 204 800	1 555 200



Couches sociales & taux de la population (16 000 000 d'individus)		Statut financier	Cadre de vie	Lieu d'habitation	Zone d'habitation
04 %	<i>Couche sociale des nantis</i> ~640 000 individus toutes tendances confondues	Milliardaires, Industriels...	Quartiers huppés ou campagne de très grand luxe...	Domaines et châteaux impressionnants...	Banlieues de luxe, Zones urbaines tranquilles...
12 %	<i>Couche sociale des riches</i> ~1 920 000 individus...	Millionnaires, Importants hommes d'affaires...	Quartiers résidentiels ou de grand luxe...	Superbes villas de grand standing, Immeubles luxueux...	Banlieues, Zones urbaines peu animées...
20 %	<i>Couche sociales des modestes</i> ~3 200 000 individus...	Petits millionnaires, Fonctionnaires, Hommes d'affaires ...	Quartiers HLM ou de petit luxe...	Habitations à loyer modéré, Résidences modestes...	Zones urbaines animées...
28 %	<i>Couche sociale des pauvres</i> ~4 448 000 individus...	Salariés de bas échelon, Ouvriers, Opérateurs du secteur informel...	Quartiers HBM ou populaires, Ghetto social...	Habitations à bon marché, Résidences très modestes délabrées...	Zones urbaines peuplées animées, Zones rurales désenclavées...
36 %	<i>Couche sociale des indigents</i> ~5 760 000 individus...	Journaliers de bas échelon, Tâcherons, Débrouillards du secteur informel...	Quartiers périphériques amovibles, Bidonvilles...	Maisons en banco, Baraques, Taudis, Plein air, rues...	Périphéries des zones urbaines, industrielles, commerciales, zones rurales enclavées...



PANEL N° 2 :« COMMENT TROUVER ET ATTEINDRE LES ASSURES EMERGENTS »

1. INTRODUCTION : DEFINITION DE L'ASSURE EMERGENT

2. CARACTERISTIQUES DES ECONOMIES AFRICAINES EN EMERGENCE

3. OU TROUVER LES ASSURES EMERGENTS ?

4. QUELS PRODUITS ET QUELLE APPROCHE COMMERCIALE NOUVELLE POUR ATTEINDRE LES ASSURES EMERGENTS.

5. CONCLUSION



4. QUELS PRODUITS ET QUELLE APPROCHE COMMERCIALE NOUVELLE POUR LES ASSUREURS

▶ 4.1 COMPRENDRE LES DEMANDES EN VUE DE L'ADAPTATION DES PRODUITS

- ▶ La classe moyenne supérieure ou inférieure sera intéressée par les produits classiques: Automobile, MRH, Santé, Obsèques, Retraite, etc...
- ▶ Quand à la classe moyenne flottante ce sera d'abord la santé, et pourquoi pas les obsèques

▶ 3.2 REINVENTER LES RESEAUX DE DISTRIBUTION

- la bancassurance; la téléphonie mobile, la micro assurance,



PANEL N° 2 :« COMMENT TROUVER ET ATTEINDRE LES ASSURES EMERGENTS »

1. INTRODUCTION : DEFINITION DE L'ASSURE EMERGENT

2. CARACTERISTIQUES DES ECONOMIES AFRICAINES EN EMERGENCE

3. OU TROUVER LES ASSURES EMERGENTS ?

4. QUELS PRODUITS ET QUELLE APPROCHE COMMERCIALE NOUVELLE POUR LES ASSURES EMMERGENTS.

5. CONCLUSION



5. CONCLUSION

L'Afrique reste le continent où le taux de pénétration de l'assurance reste le plus faible c'est-à-dire à peine moins de 2%. Ce n'est donc pas vers les risques corporate des entreprises qu'il faudra se tourner, mais vers les risques de particuliers. Et l'émergence de la classe moyenne africaine, surtout urbaine sera également le levain pour le développement des assurances de particuliers.

C'est véritablement donc vers cette classe montante que les assureurs devront se tourner pour proposer une approche tenant compte de leurs attentes et/ou exigences, tenant compte surtout de leur pouvoir d'achat.

Le poids du secteur informel grandissant créera une catégorie de la classe moyenne flottante, qui pourra faire partie des assurés émergents, à condition que les assureurs soient imaginatifs non seulement en terme de produits innovants et adaptés à leur besoin à leur proposer, mais surtout d'approche commerciale en vue de les atteindre.



Car tantie Margot qui vend des tomates au marché d'Adjamé à Abidjan, ou des pagnes à Dankopa à Cotonou ou encore des céréales à Mont Bouet à Libreville, ne viendra jamais dans nos locaux pour souscrire un contrat d'assurance, quand bien même elle serait convaincue du bien qu'elle en retirerait.

C'est à nous les assureurs d'être imaginatifs pour aller vers elle. Le Président du Groupe SUNU Pathé DIONE dans son interview au Magazine de bord de Air Côte d'Ivoire de Janvier 2016, faisait un constat pertinent que je partage, à savoir qu'en Europe il n'est plus utile d'expliquer au gens les fonctions de protection de l'assurance, tellement cela va de soi et est devenu comme un 1^{er} reflexe. En Afrique si nous ne devenons pas des pédagogues pour expliquer et sensibiliser, on nous considère comme des prédateurs, avec toute les conséquences négatives de ce qualificatif sur notre métier.



Pour terminer je dirai qu'après que l'Europe ait évangéliser l'Afrique, il a fallu africaniser l'évangile non seulement en traduisant la bible dans les langues africaines, mais surtout en faisant dire les offices religieux dont la messe dans les dites langues accompagnés de tam-tam et autres instruments traditionnels à l'appui, pour que la croyance en Jésus Christ traverse les contrées. Et cela au grand dam à l'époque des conservateurs du Vatican qui ne voulaient continuer à professer qu'en latin.

De la même façon il nous faudra africaniser l'assurance pour l'adapter au changement en cours sur notre continent, avec l'émergence de couches sociales à faible revenus désireuses également de protection sociale. Et la relative modicité des primes ne devra nullement signifier faire de l'assurance au rabais, mais au contraire de la qualité et du respect au même titre que nos autres assurés.

Au Burkina il y a un adage bien connu qui dit que : « **Si ta tante change de mari, que tu le veilles ou pas tu changes de beau-frère** ».



Ce adage interpelle d'une part les assureurs pour la création de nouveaux produits, car notre tante c'est désormais les assurés émergents à faible revenus, et d'autre part notre régulateur quant au aménagement nécessaire à apporter à la réglementation. A quand l'autorisation dans le code pour les assureurs, de traduire les documents destinés à cette frange de la population en langue nationale baoulé, bambara, wolof, mooré etc.. Car la grande majorité de ces assurés à faible revenus que les assureurs veulent atteindre, ne parlent pas français.

Et pour faire un parallèle je dirais que ce n'est pas pour rien que dans nos pays respectifs à chaque veille du nouvel an, le message du Chef de l'Etat à la nation est délivré en français et surtout ensuite traduit et commenté dans les principales langues nationales. Pourquoi? Tout simplement pour se faire entendre par tous et partout, car lors des votes ils constituent le plus grand nombre, et ça s'appelle faire la politique. Faisons donc la même chose, mais la politique pour une meilleure pénétration de l'assurance.



Tout en sollicitant votre indulgence pour tout ce que j'ai pas pu dire, je vous remercie pour l'attention qui vient de m'être accordée,.

Fait à Brazzaville le 12 Février 2016

**Alfred J.V. YAMEOGO DG NSIA ASSURANCES & NSIA VIE
ASSURANCES CONGO**

