



**L'ETAT DES LIEUX DU SECTEUR
DE LA MICROASSURANCE EN
ZONE CIMA**

ABIDJAN 07 AU 09 MARS 2018

L'ETAT DES LIEUX DU SECTEUR DE LA MICROASSURANCE EN ZONE CIMA

PLAN

- **Préambule** : Définition de la micro assurance – livre VII du code des assurances du Burkina et la circulaire fixant le montant de prime ou de capitaux.

I/ - L'offre de la micro assurance en zone Cima

Les acteurs

Les produits

Les difficultés constatées

II/ - La demande de produits de micro assurance en zone Cima

Structure sociodémographique dans nos pays

Zoom sur les besoins de couverture de nos populations

Le challenge de transformation des besoins en demandes concrètes

III/- Cas spécifiques des canaux de distribution

- **Conclusion**

Introduction

La Cima consciente de l'enjeu de la micro assurance dans le développement du secteur des assurances de ses pays membres, a légiféré en avril 2012 sur le sujet à travers le livre VII dédié à l'encadrement de cette activité.

Elle définit ainsi la micro assurance comme étant « un mécanisme d'assurance caractérisé principalement par la faiblesse des primes et/ou des capitaux assurés, par la simplicité des couvertures, des formalités de souscription, de gestion des contrats, de déclaration de sinistres et d'indemnisation des victimes ».

La CRCA à travers la circulaire n° 0001 du 30 mars 2013 fixe le maximum de la prime micro assurance à 3 500 F CFA le mois et à 42 000 F CFA l'année.

I.

L'offre microassurance en zone Cima

Depuis l'avènement en 2012 du livre VII portant réglementation des activités de microassurance, le paysage se présente comme suit :

De toutes les sociétés des 14 pays membres de la CIMA, nous notons les statistiques suivantes en termes de compagnies ayant exprimé le besoin de se constituer en société de micro assurance ou de présenter des offres de microassurance :

1. Les acteurs (sociétés) agréés de la microassurance de la zone Cima

	BENIN	CAMEROUN	COTE D'IVOIRE	GABON	SENEGAL
2013					
2014	1				
2015	1	1	1	1	1
2016					
2017					

2. Les produits de microassurance et apparentés sur le marché de la zone CIMA

Dans la zone Cima nous notons l'existence de produits dits formellement de microassurance (car commercialisés par un acteur identifié comme micro-assureur), mais aussi des produits que nous pouvons qualifier d'apparentés à ceux de la microassurance car similaires, mais non formellement classés comme tels en ce sens qu'ils ne sont pas commercialisés par un acteur initialement identifié comme micro-assureur.

2.1 Les produits commercialisés sous agréments accordés par la CIMA

Ce sont des produits dont le cadre de commercialisation est défini en amont comme relevant de la microassurance et soutenus par le livre VII du code CIMA. L'on dénombre :

- **Pour la non vie** : des produits proposant des garanties telles que les accidents corporels, la maladie (santé) et les dommages aux biens.
- **Pour la vie** : des produits proposant des garanties décès, Vie et Epargne

2.2 D'autres produits apparentés commercialisés sur le marché

Ces produits ne découlent pas d'un cadre de micro assurance initialement défini pour connaître leur commercialisation. L'on retrouve en pôle position : des produits en couverture décès des prêts des institutions de micro finance, en couverture de risques agricoles, en épargne, en couverture décès individuelle....

3. Difficultés constatées

Cette situation décrite plus haut dénote de difficultés à identifier de façon précise le risque relevant de la microassurance.

Des exemples :

- **des souscriptions avec des primes de faible** montant portant sur des risques ordinaires connus des portefeuilles traditionnels
- **des souscriptions avec des primes de montant élevé** portant sur des risques censés relever de la microassurance

D'autres difficultés existent et ne permettent pas à l'offre de se mettre en place correctement :

- **la question de la rentabilité des produits** : nécessité de recruter de très grandes masses pour espérer viser la rentabilité
- **la question de la fiscalité** : élément d'accompagnement important pour le développement de cette branche d'activité

II.

La demande de produits de microassurance

1. Etat de développement de nos pays

Le PIB étant un indicateur économique qui mesure les richesses créées par les résidents dans un pays donné, quelle que soit leur nationalité et pour une année donnée, le classement par pays dans le monde suivant le PIB/habitant du FMI montre encore pour 2016 avec les mêmes tendances en 2017 que la quasi totalité des pays membres de la zone CIMA se situe au bas de l'échelle de développement par rapport au reste du monde :

1. Etat de développement de nos pays

RANG	PAYS	PIB/HABITANT
71	GABON	8581
137	CONGO	2031
149	COTE D'IVOIRE	1319
154	CAMEROUN	1234
160	TCHAD	1011
163	SENEGAL	935
168	BENIN	709
171	MALI	672
172	BURKINA FASO	631
177	GUINEE BISSAU	582
178	TOGO	578
179	GUINEE	546
182	NIGER	403
186	CENTRAFRIQUE	339

2. Zoom sur les besoins de couverture de nos populations

Il en découle de nombreux besoins en attente de satisfaction, de nombreux progrès à réaliser à plusieurs niveaux.

- **Défi de financement des soins de santé** : couverture assurance santé
- **Défi de financement des frais de scolarité** : couverture assurance éducation pour les enfants
- **Défi de financement de la retraite (repos)** : couverture assurance retraite
- **Défi de financement renouvellement des biens** : couverture assurance dommages aux biens **Etc...**

La microassurance s'impose donc dans les stratégies de lutte contre la pauvreté.

3. Le challenge de transformation des besoins en demandes concrètes

La matière est disponible, les besoins sont présents, visibles. La question se pose de comment transformer ces besoins en demandes ? Car plusieurs obstacles se dressent :

- **L'absence de culture d'assurance** : vrai aussi pour les assurances ordinaires mais obstacle plus complexe pour ce qui concerne la cible microassurance
- **La nécessité de recruter en très grandes masses** une cible naturellement éparpillée géographiquement difficilement d'accès par les moyens traditionnels. Les réseaux d'agences physiques trop lourds à gérer et structurellement déficitaires
- **La compréhension de produits** souvent complexes
- **L'absence de langage nouveau** pour le client microassuré, et mettant en pôle position les aspects de l'indemnisation et de l'assistance en cas de sinistre

III.

Cas spécifiques des canaux de distribution

Les expériences de distribution dans la zone Cima pour l'heure se résument :

- ❖ Aux réseaux traditionnels de distribution que sont les courtiers et agents généraux avec de plus en plus une spécialisation :

Exemple de planet garantie présent au

- ✓ Bénin,
- ✓ Burkina Faso,
- ✓ Côte d'Ivoire,
- ✓ Mali
- ✓ Sénégal

et tournée vers la distribution des produits au profit de la cible microassurance.

III/ Cas spécifiques des canaux de distribution

❖ **Au cas spécifique de Orange money, qui se positionne actuellement comme un partenaire stratégique de la transformation numérique dans le domaine de l'assurance et de la microassurance en Afrique.**

En démontre l'ouverture le mercredi 7 septembre 2016 l'ouverture d'un Centre d'Expertise en Conformité d'Orange Money (CECOM) à Abidjan.

Ce centre est censé accompagner son offre de services financiers en Côte d'Ivoire, au Sénégal, au Mali et en Guinée, l'objectif étant de sécuriser et de développer sa clientèle sur ce segment au travers de la microfinance et la micro-assurance (cf Jeune Afrique du 08 septembre 2016).

III/ Cas spécifiques des canaux de distribution

L'essor du canal mobile soutient fortement le développement de la microassurance en Afrique en général.

En effet, selon les experts présents à la 11eme Conférence de la micro assurance, organisée à Casablanca, du 3 au 5 novembre 2015, le secteur de la micro assurance en Afrique aurait atteint 30% de croissance en trois ans.

« **Le total des primes de micro assurance** émises dans la région a atteint près de **647 millions USD, contre 387 millions USD en 2011** ».

Ces chiffres quoique encourageant n'impactent pas véritablement le taux de pénétration de l'assurance sur le continent africain hors Afrique du Sud.

III/ Cas spécifiques des canaux de distribution

Ceci démontre toutefois du potentiel du secteur de la microassurance pour la zone Cima.

Nous notons déjà des partenariats qui marchent entre Orange Money et des sociétés d'assurances :

- En Côte d'Ivoire, au Sénégal, au Niger, au Burkina Faso portant sur le décès, l'épargne...
- Au Cameroun : exemple de cette offre dédiée à prévenir les incapacités temporaires ou permanentes des populations à faible niveau de revenu.

III/ Cas spécifiques des canaux de distribution

D'autres partenariats existent aussi avec d'autres opérateurs de téléphonie mobile tels que

- MTN,
- Tigo dans certains pays.

III/ Cas spécifiques des canaux de distribution

Ces différentes opportunités qu'offre le canal mobile, ne peuvent toutefois pas empêcher certaines craintes, ce qui nous amène à évoquer le risque Orange money : Autrefois, partenaire d'un certain nombre de banques, déjà le groupe orange money obtient des licences d'établissement émetteur de monnaie électronique, ce qui lui permet de se passer des banques dans le cadre par exemple de paiements de factures ou de transferts d'argent à partir des comptes de ses clients au Sénégal, en Côte d'Ivoire, au Mali (Jeune Afrique Economie du 08/09/2016)... **Qu'en sera-t-il pour le secteur de l'assurance ?**

III/ Cas spécifiques des canaux de distribution

- ❖ Dans le cadre des canaux de distribution, nous notons aussi l'apport des circuits alternatifs drainant des flux importants, exemple de April au Sénégal mettant en œuvre le marketing direct dans différents points de vente

Conclusion

Six ans pratiquement après l'entrée en vigueur du livre VII sur la microassurance, les résultats restent mitigés.

Certes , nous avons déjà une avancée du fait de l'existence d'un cadre législatif même s'il reste perfectible.

Des solutions complémentaires sont à trouver pour un développement de ce « nouveau marché de l'assurance » qu'est la microassurance.

Merci pour votre Attention