



Organisation
internationale
du Travail

DIX ANS D'INTERVENTION DU PROGRAMME IMPACT INSURANCE

Réflexion sur les tendances clés



Le Programme Impact Insurance fête ses dix ans d'existence en 2018. Au cours de ces dix dernières années, notre développement a suivi celui du secteur. En dépit du changement radical de l'environnement, de nombreux produits et acteurs et de nombreuses applications technologiques qui faisaient leurs premiers pas en même temps que nous il y a dix ans sont désormais bien établis, tandis que d'autres initiatives prometteuses débutent à peine. Nous sommes fiers du chemin parcouru ensemble pour faire reconnaître l'importance vitale de la contribution de l'assurance au développement social et économique.

Au cours des dix dernières années nous avons vu se développer les dix tendances suivantes:

1. UNE CIBLE ÉLARGIE : AU-DELÀ DES PAUVRES

Il y a dix ans, le Programme Impact Insurance a commencé en concentrant ses activités sur l'assurance destinée aux ménages à faibles revenus (également appelée micro-assurance), mais s'est rapidement rendu compte que le besoin d'assurance allait au-delà du segment « micro ». Le secteur de l'assurance traditionnelle ciblant de son côté les entreprises et les clients aisés, une grande partie de la population ne relevant pas de ces catégories, ni du segment « micro », n'avait pas accès à l'assurance formelle. Ce segment de clients émergents est en pleine croissance. Un milliard de personnes entreront dans la classe des consommateurs (gagnant plus de 10 dollars par jour) d'ici 2025 et, pour la première fois dans l'histoire, le nombre de personnes entrant dans la classe des consommateurs sera supérieur à celui des personnes qui peinent à satisfaire leurs besoins élémentaires. Néanmoins, les niveaux de pénétration de l'assurance restent faibles, les estimations faisant état de 300 à 600 millions de personnes servies, soit seulement 10 à 20 % du marché potentiel.

2. UN MONDE PLUS RISQUÉ

Le monde dans lequel nous vivons est devenu plus risqué au cours des dix dernières années. Le rapport [Global Risk 2017](#) a classé les phénomènes météorologiques extrêmes et les catastrophes naturelles parmi les principaux risques en termes de probabilité et d'impact. À mesure que les phénomènes météorologiques extrêmes augmentent en fréquence et en intensité, ils entraînent une perte de revenus et de potentiel productif. Les personnes touchées sont obligées de recourir à diverses stratégies d'adaptation aux conséquences dramatiques, notamment réduire leur consommation alimentaire, retirer les enfants de l'école, emprunter de l'argent et vendre des biens. Ces stratégies diminuent leur capacité à faire face aux impacts du changement climatique, à la fois dans le présent et dans l'avenir. Le changement climatique n'est pas le seul risque à bouleverser rapidement notre monde ; les migrations, l'évolution de la nature du travail, le chômage des jeunes et l'instabilité économique ont conduit à une plus grande incertitude. Par conséquent, il est de plus en plus nécessaire d'étudier [les options pertinentes capables de gérer et de transférer ces risques](#).

3. GAINS D'ÉCHELLE ET ÉVOLUTION DES PRODUITS

La bonne nouvelle, c'est que les assureurs ont fait des progrès significatifs au cours des dix dernières années. Un certain nombre de projets ont [atteint une taille critique](#) grâce à une combinaison de produits intégrés, combinés et volontaires couvrant les risques liés à la vie, à la santé, à la propriété, aux conditions météorologiques, à l'agriculture et aux incendies, entre autres. Les outils d'étude de marché et d'évaluation de la valeur pour le client (comme [PACE](#) et [3-D](#) (voir la figure)) ont aidé les assureurs à orienter leur approche pour la centrer davantage sur les clients.

4. ENSEIGNEMENTS SUR L'ÉDUCATION DES CONSOMMATEURS

L'assurance combinée ne peut pas offrir de valeur ajoutée ni créer une culture de l'assurance si les consommateurs n'ont pas conscience d'être couverts. Pour ce type de produit, l'éducation des consommateurs est d'autant plus importante. L'expérience nous a amenés, ainsi que d'autres acteurs du secteur, à [modifier notre façon de penser l'éducation des consommateurs](#) – en particulier en nous incitant à privilégier l'utilisation de « moments propices à l'apprentissage » plutôt que l'enseignement en salle de classe. Les moments propices à l'apprentissage sont des moments où nous sommes plus susceptibles de nous souvenir d'un enseignement parce qu'on nous l'a transmis au moment où nous en avons besoin et où, par conséquent, notre engagement était plus fort. Dans le domaine de la gestion financière personnelle, les moments propices à l'apprentissage surviennent généralement lorsqu'une personne prend une décision financière ou utilise un service financier. Nous avons constaté que les interactions intervenant [à certains moments spécifiques du parcours du client sont généralement plus efficaces que les interventions de formation traditionnelles en salle](#).

5. BESOINS PLUS LARGES EN MATIÈRE DE GESTION DES RISQUES:

Aujourd'hui, l'assurance n'est pas perçue comme une solution isolée, mais comme l'une des composantes d'une approche plus holistique de la gestion des risques. Les assureurs collaborent avec les acteurs des secteurs de l'agriculture, de la santé, de l'environnement et des services financiers pour fournir des solutions intégrées qui favorisent la résilience de l'ensemble des chaînes de valeur. Par exemple, [combiner l'assurance agricole à des services tels que le crédit ou la vente d'intrants agricoles](#) rend l'assurance plus tangible, se traduit par de meilleurs résultats sociaux et permet aux programmes d'atteindre plus rapidement une échelle critique.

L'outil d'évaluation de la valeur pour le client 3-D mesure la valeur sur 14 dimensions

CONCEPTION

1. L'indice prévoit de manière fiable l'expérience des agriculteurs
2. Couvre les bonnes activités
3. Couvre les bons risques
4. Permet de prendre une décision d'investissement productif
5. Minimise les lacunes de couverture

DISTRIBUTION

6. Les agriculteurs couverts sont correctement informés des caractéristiques détaillées du produit
7. Le personnel et les agents sont correctement formés, bénéficient de mesures incitatives adéquates et sont correctement supervisés dans leurs activités d'information des clients et de vente responsable
8. Les processus de paiement minimisent les problèmes de liquidité
9. Le produit est inclusif

SERVICE

10. Le produit offre une couverture adéquate par rapport à son prix
11. Les prestations sont versées dans les meilleurs délais
12. La procédure de règlement des prestations est fiable et bien comprise
13. Le prestataire est réactif et proactif vis-à-vis des questions, des problèmes et des plaintes
14. Les agriculteurs couverts reçoivent une preuve de leur couverture

6. APPARITION DE NOUVEAUX ACTEURS

En 2008, les canaux de distribution les plus courants étaient les institutions de microfinance, qui permettaient aux assureurs d'offrir très facilement à une large base de clients des produits simples d'assurance crédit. En 2018, les institutions de microfinance jouent toujours un rôle majeur dans la distribution, mais les assureurs se sont associés à un éventail inattendu de partenaires de distribution pour toucher de nouveaux clients – notamment des petits détaillants, des supermarchés, des coopératives, des agences de transfert d'argent, des employeurs, des usines de thé, des prêteurs sur gages et, bien sûr, des opérateurs de réseaux mobiles. Faire de l'assurance une priorité pour ces partenaires peut s'avérer difficile, car les exigences de leur activité commerciale principale prévalent et l'assurance se trouve en concurrence avec d'autres sources de revenus ; mais ces partenaires s'avèrent des canaux puissants pour la distribution de l'assurance lorsque les intérêts des différentes parties sont alignés.

7. MODÈLES D'AFFAIRES INTÉGRÉS

Au cours des dix dernières années, le paysage des prestataires a changé. Si quelques prestataires de micro-assurance spécialisés poursuivent un travail d'excellence et repoussent toujours les limites du secteur, l'assurance destinée aux clients à faibles revenus et aux consommateurs émergents est devenue une activité courante. En 2016, soixante des plus grands assureurs du monde ciblaient les segments à faibles revenus et émergents, contre seulement sept en 2005. La possibilité d'utiliser l'infrastructure existante, de partager des services avec d'autres segments et de financer certains produits grâce à d'autres ont convaincu les grands assureurs d'entrer sur ce segment.

8. RÉVOLUTION NUMÉRIQUES

En dix ans, nous sommes passés des tableaux à la blockchain, des formulaires papier aux big data et des hotlines aux chatbots. Les évolutions technologiques telles que l'omniprésence des téléphones mobiles, le développement de l'analyse de données, la mise en place de systèmes d'identification nationaux et l'utilisation des satellites et des drones permettent aux fournisseurs d'atteindre de nouveaux clients, d'automatiser les processus de back-end, d'améliorer l'identification des risques et de réduire les coûts. De plus, les insurtech se livrent une vive concurrence pour introduire des approches disruptives dans le secteur. Ces évolutions s'accompagnent de défis liés à la protection de la vie privée et à la protection des consommateurs, dans la mesure où l'accès aux données s'accroît et où les prestataires délaissent les modèles de distribution à forte interaction au profit de modèles à faible interaction avec la clientèle.

9. RÔLE DES GOUVERNEMENTS

Les gouvernements ont de plus en plus recours à l'assurance pour atteindre leurs objectifs de politique publique, en particulier ceux qui ont trait à la couverture santé universelle, à la sécurité alimentaire et à l'adaptation au changement climatique. Nous avons constaté dans le monde entier une augmentation du nombre de régimes soutenus par les gouvernements, qui s'associent avec le secteur financier pour améliorer leur efficacité. Par exemple, les travailleurs du secteur informel et leurs familles sont rarement couverts par les régimes de santé publics, car il est plus difficile de les identifier et de procéder à leur inscription, et de financer leur couverture de manière efficace et équitable. Les régimes de santé publics cherchent à combler cette lacune de couverture en utilisant des moyens innovants pour cibler et inscrire les populations exclues (voir notamment les efforts de l'Agence nationale d'assurance santé du Ghana pour dématérialiser le processus de renouvellement et de

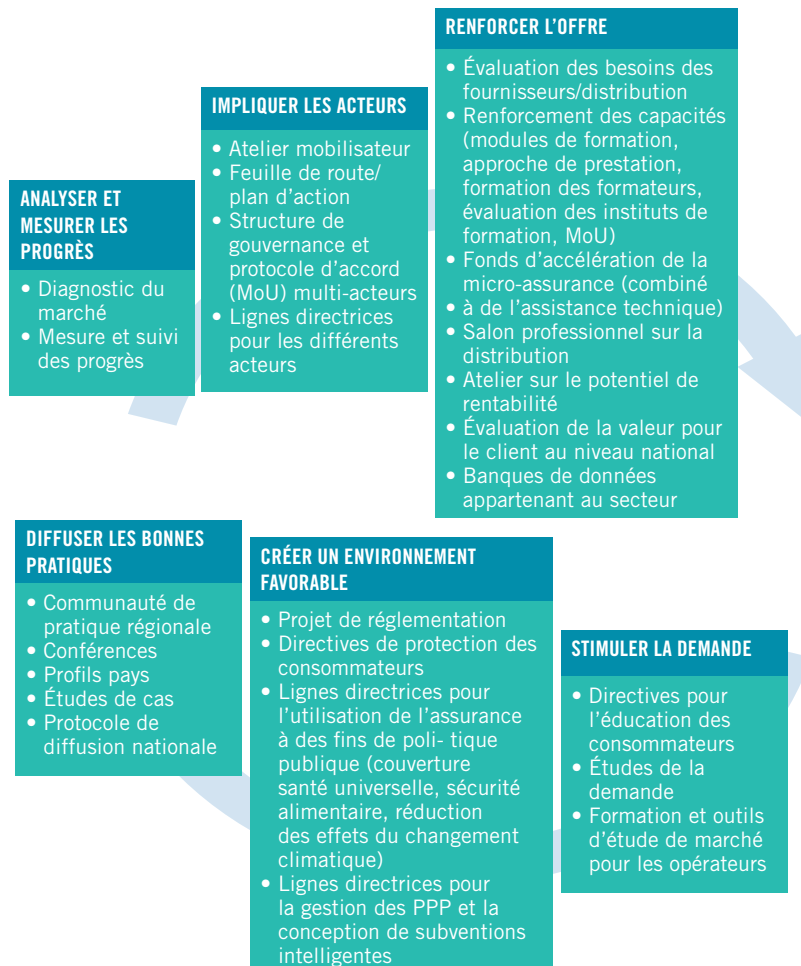
demande de remboursement). De même, il existe désormais un consensus sur le fait que toute stratégie nationale de développement agricole doit inclure une composante d'assurance – en tant qu'outil d'atténuation des risques pour renforcer la résilience de la chaîne de valeur.

10. APPROCHE DE DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ :

En dépit des progrès réalisés, il reste nécessaire et urgent d'accélérer la croissance des marchés d'assurance inclusifs dans de nombreux pays. Il y a dix ans, les interventions consistaient surtout à travailler avec les assureurs individuels pour renforcer leurs capacités. Cela s'est avéré insuffisant. Les actions structurées de développement des marchés, réunissant l'ensemble des acteurs – organismes de réglementation, ministères, associations sectorielles, assureurs et distributeurs – se sont montrées plus efficaces. Une approche de développement multi-acteurs (voir figure) menée sur des marchés comme la Zambie, l'Éthiopie, le Sénégal, le Nigeria, l'Indonésie, le Bangladesh et les Philippines a permis de couvrir un plus grand nombre de clients et d'accroître la valeur et la diversité des produits offerts.

L'OIT est heureuse de célébrer dix ans consacrés à promouvoir l'assurance de qualité à grande échelle. Suivez-nous, ce moment est l'occasion de faire le point sur notre bilan, sur les enseignements tirés et sur nos projets pour demain. Tout au long de l'année 2018, nous partagerons nos enseignements et nos expériences et présenterons des idées pour l'avenir.

L'approche multi-acteurs de l'OIT pour le développement du marché





**Programme Finance solidaire
Département Entreprises
Organisation internationale du Travail**

4, route des Morillons
CH-1211 Genève 22
Suisse

Tel.: +41 22 799 6478

Fax: +41 22 799 6896

Email: impactinsurance@ilo.org

Web: www.ilo.org/impactinsurance

Suivez-nous sur les réseaux sociaux

 [/impactinsuranceFacility](https://www.facebook.com/impactinsuranceFacility)

 [@IIFacility](https://twitter.com/IIFacility)

 [Social Finance & Impact Insurance](https://www.linkedin.com/company/social-finance-impact-insurance)

Le programme Finance solidaire de l'OIT collabore avec le secteur financier pour lui permettre de contribuer à l'agenda de l'OIT en faveur du travail décent. Dans ce contexte, nous nous engageons avec des banques, des institutions de microfinance, des coopératives de crédit, des assureurs, des investisseurs et d'autres acteurs pour tester de nouvelles approches et processus pour offrir des produits financiers. Le Programme Impact Insurance contribue au programme Finance solidaire en collaborant avec le secteur de l'assurance, les gouvernements et les partenaires pour concrétiser le potentiel de l'assurance en terme de développement économique et social.

