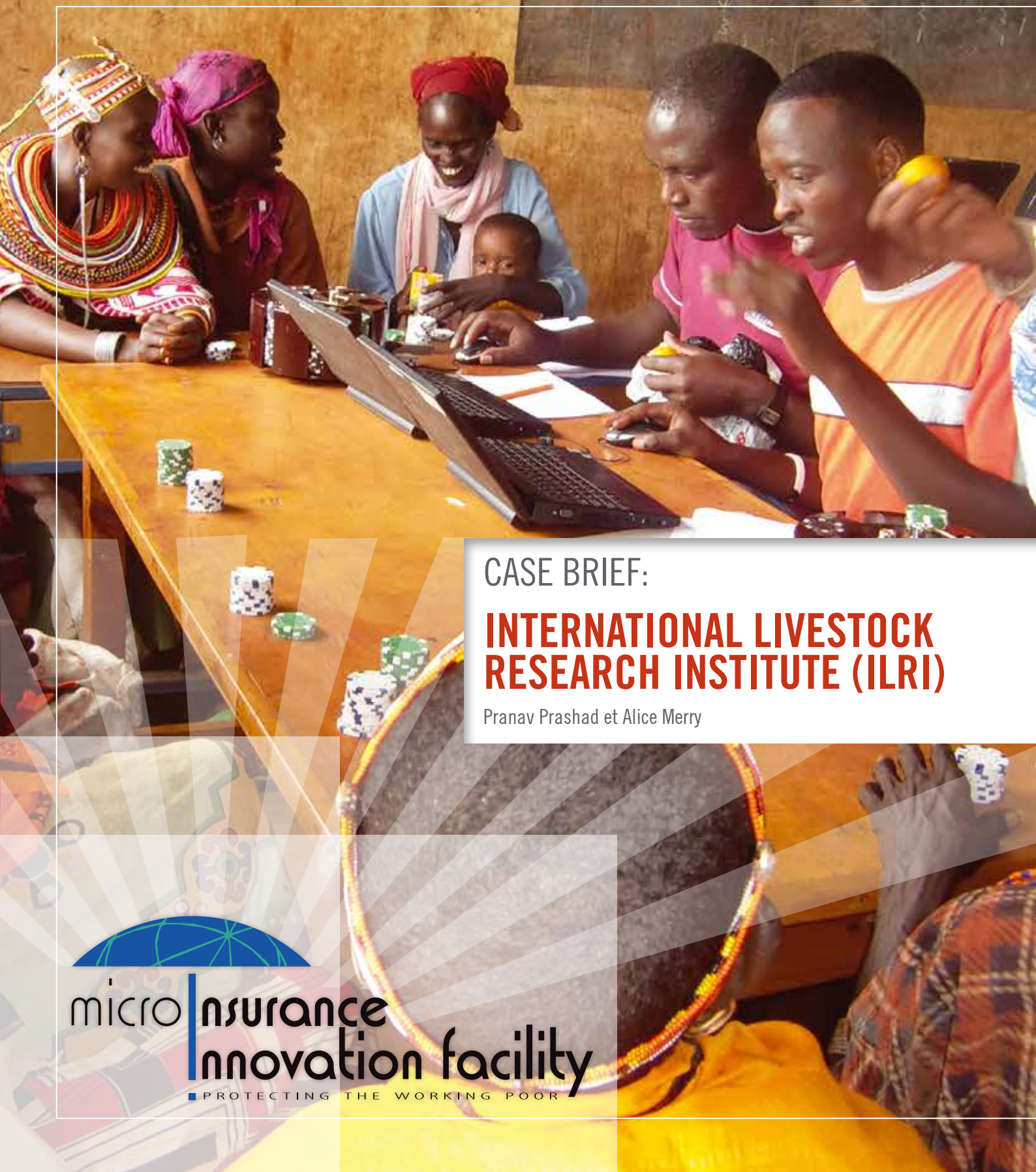




Bureau
international
du Travail



CASE BRIEF:

INTERNATIONAL LIVESTOCK RESEARCH INSTITUTE (ILRI)

Pranav Prashad et Alice Merry



microInsurance
Innovation facility
■ PROTECTING THE WORKING POOR

CASE BRIEF:

INTERNATIONAL LIVESTOCK RESEARCH INSTITUTE (ILRI)

Nom du produit: Index-based livestock insurance (IBLI) (assurance bétail indiciaire)

Lieu: Kenya

Description: Le produit IBLI indemnise les éleveurs en cas de perte de bétail due à la sécheresse. Les paiements sont effectués sur la base d'un indice mesurant la dégradation des prairies, un bon indicateur pour la mortalité associée à la sécheresse. Le produit ne couvre pas la mortalité due à d'autres causes, comme les prédateurs ou les maladies.

Éleveurs couverts: 2 600 au total sur 2011 et 2012

Éleveurs ayant perçu une indemnisation: 638 en 2011, et 425 en 2012

Au Kenya, les sécheresses se sont aggravées ces dernières années, avec des résultats dévastateurs sur la population locale. Au cours de la seule année 2011, les éleveurs de bétail ont perdu en moyenne un tiers de leurs animaux en raison de graves conditions de sécheresse. ILRI a expérimenté un nouveau dispositif pour les protéger - l'assurance bétail basée sur la technologie satellitaire. L'impact positif du produit sur les éleveurs ayant été prouvé, l'ILRI travaille maintenant avec de nouveaux partenaires pour étendre le produit dans d'autres régions du Kenya et en Éthiopie.

TECHNOLOGIE SATELLITAIRE

L'assurance peut fournir une protection importante contre les événements catastrophiques comme la sécheresse. Mais la plupart des éleveurs pauvres n'ont pas accès à l'assurance, et ne seraient pas en mesure de payer une assurance traditionnelle. Convaincu de pouvoir rendre l'assurance accessible aux éleveurs kenyans, l'ILRI a lancé en 2010 un projet pilote destiné à tester un produit baptisé IBLI, visant à assurer les éleveurs contre les pertes de bétail dues à la sécheresse.

La clé de son succès est un nouveau moyen de mesurer les pertes de bétail - par satellite. Traditionnellement, l'assurance bétail verse aux éleveurs une indemnisation après vérification de la mort de chaque animal. Or cette vérification chez les petits exploitants agricoles des régions rurales du Kenya est un processus coûteux et difficile. C'est pourquoi, plutôt que d'intervenir en réaction à la mort de chaque bête, l'ILRI a choisi de déclencher les indemnisations sur la base d'un indice mesurant la dégradation des prairies.

Généralement, le bétail commence à périr à partir d'un certain niveau de détérioration des prairies. L'état des pâtures est donc un bon indicateur de mortalité des animaux. L'imagerie satellite est utilisée pour mesurer la dégradation des prairies et les éleveurs sont payés en fonction de cet indice, quel que soit le nombre d'animaux effectivement perdus. L'ILRI a constaté que l'indice était généralement fiable, et les décisions d'indemnisation ont été largement acceptées par les assurés. Des indemnités ont été versées à 638 éleveurs en 2011 et 425 en 2012.

Il s'agit d'un moyen totalement nouveau de mesurer les pertes de bétail et il a permis à de petits éleveurs de cette région d'accéder pour la première fois à l'assurance.

EXPLIQUER L'ASSURANCE PAR SATELLITE

Les produits d'assurance et les indices ne sont pas des concepts simples à expliquer, en particulier à une population qui n'a jamais entendu parler d'assurance auparavant. Il était donc essentiel pour l'ILRI de bâtir une relation de confiance et de compréhension avec les communautés locales, ce qu'il a décidé de faire en fournissant de l'information aux paysans par le biais d'une communication en personne.

L'ILRI a formé des «maîtres formateurs» et des «promoteurs d'assurance villageois» destinés à dispenser une éducation au sein de leurs communautés. Les maîtres formateurs ont été choisis parmi les personnes d'un certain âge respectées par la communauté pour expliquer le produit et engendrer la confiance dans ce produit. Les promoteurs ont été sélectionnés parmi des personnes plus jeunes, recommandées par les autorités de leur ville. Ils fournissent des informations plus détaillées





LES PAYSANS ASSURÉS ONT MIEUX FAIT FACE À LA SÉCHERESSE

L'impact du produit est tangible. L'assurance a un effet sur les quantités alimentaires disponibles des éleveurs assurés et le nombre d'animaux qu'ils sont obligés de vendre en cas de sécheresse.

Des recherches menées sur le dispositif IBLI suggèrent que les ménages assurés anticipent leur réaction à la sécheresse différemment des ménages non assurés. Ils s'attendent à recevoir une indemnisation dans un proche avenir et prévoient de dépenser cet argent à l'achat de nourriture et de bétail. En conséquence, l'étude a révélé que les ménages assurés étaient moins susceptibles d'anticiper une réduction des repas que les personnes sans assurance (de 27 à 36 points de pourcentage en moyenne).

Les ménages assurés sont également 50 pour cent moins susceptibles d'anticiper la vente de bétail en cas de sécheresse. Résultat important, car le bétail restant est un moyen de subsistance pour l'avenir.

Pour en savoir plus sur l'étude, lire le Research Paper: <http://www.microinsurancefacility.org/publications/rp31>

sur le produit et en assurent la vente. Les communautés étant généralement très peu dotées en infrastructures et ayant un faible niveau d'alphabétisation, ces représentants locaux constituent un lien vital pour elles.

Ce mode de communication interpersonnel s'est appuyé sur une bande dessinée éducative, des affiches, des images et des prospectus, et une plate-forme web. En outre, l'équipe centrale de l'ILRI a visité le projet de façon à maintenir une relation avec les communautés, à discuter des problèmes et à expliquer le paiement des indemnités.

Cependant, l'ILRI a estimé nécessaire de renforcer la sensibilisation vis-à-vis du produit et a commencé à chercher des moyens moins coûteux pour augmenter son rayon d'action. Regardant du côté des médias de masse pour soutenir son deuxième cycle de vente, il a conçu des campagnes à diffuser sur les stations de radio locales dans deux langues de la région. Les campagnes instruisaient les paysans sur la valeur du produit, expliquaient l'état de l'indice de la saison précédente et offraient l'occasion de poser des questions à travers un programme interactif. L'ILRI a constaté que la radio était un moyen efficace de sensibilisation. Les programmes amènent les gens à parler du produit avec leurs amis et voisins, lesquels sont encouragés à écouter à leur tour le programme suivant.

Travailler avec des stations de radio locales n'a pas été sans défis. Par exemple, du fait de leurs faibles moyens, elles n'étaient pas en mesure de collecter des statistiques simples comme le nombre d'appelants au cours des programmes interactifs, ce qui rendait difficile le suivi de l'impact. Néanmoins, travailler avec ces stations était important, car elles étaient beaucoup moins chères que la radio nationale

et beaucoup plus populaires auprès de la population locale.

Une vidéo a également été conçue pour expliquer le produit de manière divertissante et marquante. Elle a été montrée dans les principales villes de la région. L'ILRI a constaté que la vidéo améliorerait la compréhension du produit et que sa nature comique aidait les spectateurs à en mémoriser le contenu. Cependant, ce moyen s'est avéré beaucoup plus coûteux que la radio, car l'ILRI a dû se procurer et transporter le matériel nécessaire à la projection de la vidéo dans chaque ville.

Les réactions à la vidéo ont également mis en évidence la complexité de la communication avec les communautés rurales. Les spectateurs ont salué le fait que celle-ci était dans leur langue. Toutefois, certains groupes ethniques n'étaient pas en mesure de s'identifier pleinement à la vidéo, du fait qu'elle avait été tournée en ville et qu'elle ne comptait aucun membre de leur communauté dans son casting.

L'expérience de l'ILRI met en évidence l'intérêt de recourir à la fois à la communication en personne et à la communication via les médias de masse.

Toutefois, le versement des indemnités continue à être le moyen le plus efficace pour bâtir la confiance et favoriser la compréhension. En 2011 et 2012, l'ILRI a organisé des événements pour marquer le début des indemnisations. Certains assurés ont été payés en public, fournissant ainsi une démonstration concrète de la façon dont fonctionne le produit et dont les paysans en bénéficient.

Sur la base des enseignements tirés de ce pilote, l'ILRI a étendu son produit à sept districts supplémentaires au Kenya, et même au-delà de la frontière jusqu'en Éthiopie.



Sous couvert de l'Organisation internationale du Travail et du Programme Finance Solidaire, le Fonds pour l'innovation en micro-assurance vise à accroître la disponibilité de produits d'assurance de qualité pour les personnes à faibles revenus des pays en développement afin de les protéger des risques et rompre le cycle de la pauvreté. Le Fonds a été créé en 2008 grâce à une généreuse subvention de la **Fondation Bill et Melinda Gates** pour apprendre comment étendre une couverture de micro-assurance de qualité aux travailleurs pauvres et promouvoir les enseignements émergents du secteur. Le Fonds bénéficie aussi de subventions en provenance de **différents bailleurs** dont la **Foundation Z Zurich** et **AusAID**.

Pour en savoir plus:
www.ilo.org/microinsurance