

# Assurances de prévoyance: Essor et Innovation

*Séminaire “Assurances des particuliers, expériences et perspectives”*

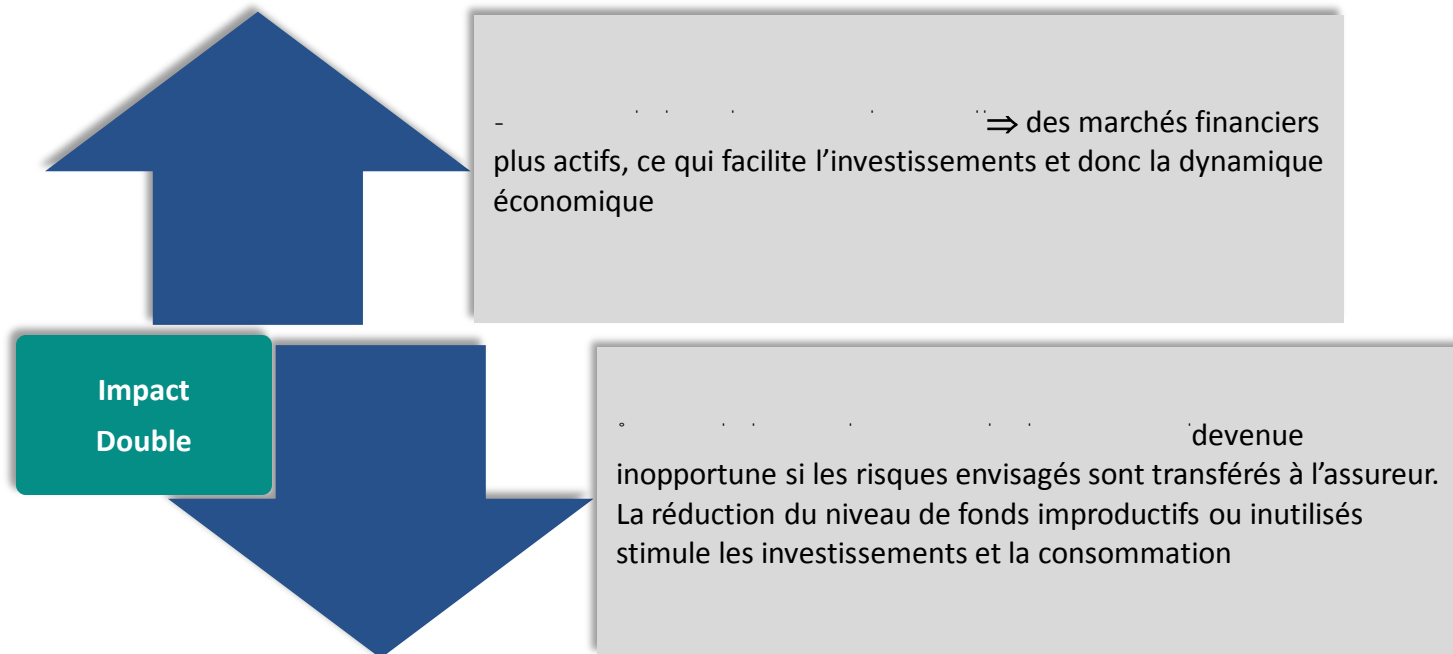
*7 Novembre 2012, Algérie*

**Ronald Chidiac**  
Directeur Général  
Arab Ré

<b>1. Assurance vie comme catalyseur de développement</b>	<b>3</b>
<b>2. -</b>	<b>4</b>
<b>3. #</b>	<b>7</b>
<b>4. \</b>	<b>8</b>
<b>5. u</b>	<b>9</b>
<b>6. Le marché Algérien</b>	<b>17</b>
<b>7. Conclusion</b>	<b>19</b>

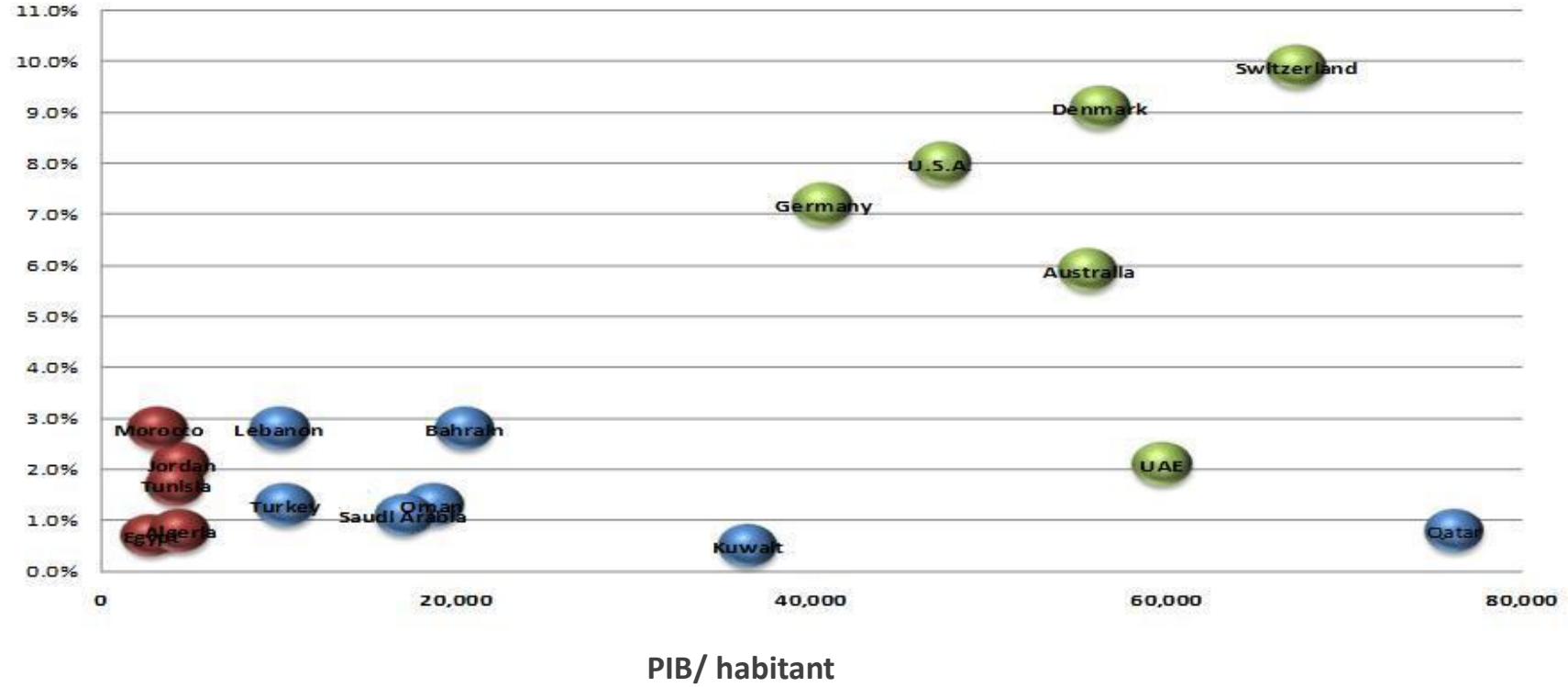
# 1. Assurance vie comme catalyseur de développement

L'assurance vie offre un large soutien financier à l'activité économique, et de ce fait elle apparaît comme incontournable dans le cadre d'un développement économique.



L'assurance vie constitue l'épine dorsale de l'économie moderne; alors que faut-il faire pour éviter la paralysie de notre économie ou la redynamiser?

L'industrie de l'assurance dans la monde Arabe est manifestement immature et encore très sous-développée.



Densité : ● 0 - 100    ● 101 - 1,000    ● >1,001

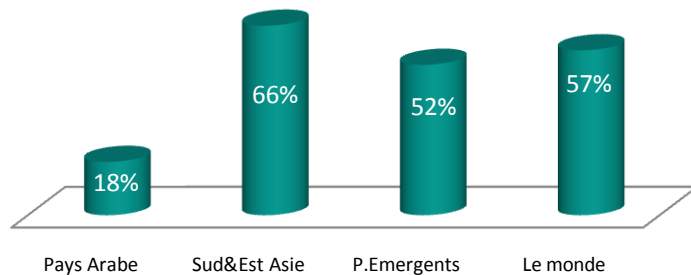
Source: Swiss Re sigma no3/2011 | World Bank

Indicateurs socio-économique 2011:

Pays	Population (en M)	Age median	Inflation (en %)	u annuel moyen (en %)	PIB/ habitant (en US\$)	h /habitant (en US\$)	Assurance vie en % de la prime totale	Taux de pénétration (en %)
Algérie	36	28	5.1	4	5,244	33	9%	0.1
Egypte	83	25	10.4	9.2	2,781	21	43%	0.3
France	66	40	2.1	1.5	42,377	4,041	65%	6.2
Inde	1,232	27	7.7	8.5	1,489	59	83%	0.7
Jordanie	6.2	22	4.7	3.5	4,666	99	9%	0.2
Liban	4.3	31	5	6.2	9,904	287	28%	0.8
Maroc	32	27	1.7	3	3,054	89	30%	0.9
Tunisie	11	31	4.2	3.7	4,297	77	14%	0.3

Source: Trading economics 2011 | Swiss Re sigma no3/2012 | World Bank

La proportion des primes vie



Source: Swiss Re sigma no3/2012

Les caractéristiques dans notre région:

- Population très jeune
- La pénétration de l'assurance en général est très faible
- Assurance Vie toujours sous-développée
- Le potentiel de croissance y est très important

Mais

- Taux d'intérêt réel faible, si ce n'est négatifs
  - Marché financiers très immature
- ⇒ Ce qui ne facilite pas les produits vie avec épargne

Malgré la croissance vertigineuse qu'a connu le marché de l'assurance au cours des années 2004-2011, le taux de pénétration de l'assurance vie reste toujours limité .

Pays	volume de prime vie (en milliards de \$)		% de la prime vie mondiale		Evolution				
	2004	2011	2004	2011	2004-2008	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Pays Arabes	1.3	4.3	0.1%	0.2%	27%	27%	9%	11%	8%
Pays émergents	223	365	12%	14%	5%	22%	8%	22%	2%
Sud-Est-Asiatique	164	228	9%	9%	30%	29%	14%	26%	-3%
Europe	705	937	38%	36%	9%	-11%	-4%	0%	-2%
Amérique	551	655	30%	25%	5%	1%	-12%	4%	7%

Source: Swiss Re, Sigma no 3/2012

Pays	volume de prime non vie (en milliards de \$)		% de la prime non vie mondiale		Evolution				
	2004	2011	2004	2011	2004-2008	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Pays Arabes	6.3	19.0	0.4%	1.0%	23%	33%	21%	-1%	10%
Pays émergents	147	334	11%	17%	13%	21%	3%	16%	16%
Sud-Est-Asiatique	5	119	5%	6%	23%	22%	16%	31%	20%
Europe	501	714	36%	36%	9%	9%	-7%	0%	8%
Amérique	677	825	48%	42%	4%	2%	-2%	3%	4%

Source: Swiss Re, Sigma no 3/2012

0  
vraiment pris  
dans le monde  
Arabe. Pourquoi?

**Environnement social**

1. Préjugés d'ordres socioculturels et religieux
2. Manque d'éveil et d'éducation relatifs à l'assurance de personnes
3. On se contente du régime social des retraites

**Caractéristiques du marché de l'assurance vie**

1. Manque de savoir-faire et d'expertise au niveau des assurances de personnes
2. Garanties des assureurs le plus souvent incomplètes, et répondant mal aux besoins réels des assurés
3. Rigidité de la réglementation en matière de table de mortalité dans certains pays
4. Manque de confiance entre assureurs et assurés

**Contexte économique**

1. Revenus plutôt faibles
2. Secteur bancaire encore immature
3. Pas de réels avantages fiscaux
4. Absence de politique économique de long terme de la part des autorités et des pouvoirs politiques.

Le potentiel de croissance est vraiment énorme, avec des implications positives sur notre économie

Une population beaucoup plus jeune que les pays développés.

Le taux de dépendance vieillesse y est égal à 6% vs. 25% en France. Il devrait rester sous les 10% jusqu'en 2050.

Le besoin de protection devient palpable avec les risques grandissants: terrorisme, guerre, pandémies,..

La notion d'épargne devient plus importante avec la cherté de vie

Avec la richesses des pays Arabe, les marchés financiers se développent, créant des opportunité de rendement plus important.

Les nouvelles politiques gouvernementales ne vont pas tarder à traiter le problème de la distribution des richesses.

Un certains nombre d'institutions sont prêtes à aider dans le développement de l'assurance vie: Financement, informatique, produits, formations, campagne de promotion, etc.



Projections des primes vie dans le région Arabe

Prime vie(*)	2011	2012 <sup>p</sup>	2013 <sup>p</sup>	2014 <sup>p</sup>	2015 <sup>p</sup>	2016 <sup>p</sup>
en Mrd de US\$	4.3	4.6	5.1	5.7	6.6	8

Source: Arab Re analysis  
<sup>p</sup>: Projection

\* Dans un cadre de politique passive

Prime vie(**)	2011	2012 <sup>p</sup>	2013 <sup>p</sup>	2014 <sup>p</sup>	2015 <sup>p</sup>	2016 <sup>p</sup>
en Mrd de US\$	4.3	4.6	5.3	6.3	7.9	10.6

\*\* Dans un cadre de politique active



## Social

- Offrir des produits d'assurance vie Takaful conformes avec les principes de la loi Islamique (i.e. Sharia)
- Promouvoir la culture d'assurance de manière générale (ex. spot publicitaire, formation spécialisée dans les universités,..)

## Marché de

- Formation de la force de vente
- Promotion de la bancassurance
- Créer une demande, et préparer le terrain pour des produits plus sophistiqués

## Economique

- Promouvoir la micro-finance et la protection « obligatoire » y relative
- Développement de la micro-assurance / micro-Takaful pour couvrir les populations pauvres et non bancarisées
- Rendre l'assurance vie attractive via des avantages fiscaux

Promouvoir l'assurance vie via le mécanisme mutuel / Takaful tout en facilitant sa distribution via la bancassurance/bancatakaful et micro-assurance / micro-Takaful

1 ) **Takaful**

2. **La bancassurance / bancatakaful**

3. **La micro-assurance / micro-Takaful**

“Nos pays qui sont dans l'ensemble des pays en voie de développement ont besoin de s'investir dans ces créneaux pour non seulement la protection des personnes à faible revenu, mais également pour relancer la croissance économique.”

L'avenir du Takaful semble prometteur et devrait connaître une croissance soutenue:

Population **musulmane** environ **25%** de la population mondiale. Seulement 2% des musulmans vivent dans les pays industrialisés.

**Taux de pénétration** de l'assurance dans les pays musulmans **1,3%** seulement contre 2,8% dans les pays émergents et 7% dans le monde.

Première compagnie Takaful a été créée en 1979; aujourd'hui, on compte plus de **200 sociétés Takaful**.

Les observateurs prévoient un **taux de croissance annuel moyen** du secteur de l'assurance Takaful dépassant les **20%**.

Toutefois d'énormes défis dans notre région devront être surmontés; la part du **marché Takaful** dans la **région Arabe** (Arabie Saoudite exclue) représentant **7%** du marché de l'assurance contre **15% en Malaisie** pour l'année 2010

### Opportunité

- Dans notre société il existe une perception négative de l'assurance (vie). Elle est assimilée aux jeux de hasard, et donc est perçue comme un moyen de contrecarrer la volonté divine
- La finance conventionnelle a montré ses limitations lors de la crise financière à cause du riba « usure, intérêt » et de l'adossement à des actifs non tangibles
- La culture de la finance islamique est en train de gagner du terrain en Asie du sud-est, en Europe, et évidemment dans les pays Arabes

### Défis

- Les opérateurs Takaful n'ont pas d'expérience dans l'assurance vie, et ont parfois montré un manque de crédibilité important
- S'aligner sur la qualité de service et les niveaux de prix de leurs concurrents conventionnels (principalement les internationaux)
- Manque de régulation spécifiques (actuellement)
- Limite des opportunités d'investissement islamique qui puisse garantir un retour intéressant

Le Takaful aide à surmonter les réticences ou croyances religieuses, mais encore faut-il pouvoir distribuer les produits au moindre coût pour rendre l'assurance vie attractive

### 1. Cas type de microcrédit:

- 0
- Un seul soubresaut financier peut les renvoyer dans une profonde pauvreté
- Ces personnes montent leur petite entreprise, et augmentent leurs profits grâce au microcrédit
- Mais dès que la famille doit faire face à une urgence médicale ou à un décès, tous ces gains sont directement perdus et la capacité de remboursement en est souvent très affectée.

2 #

### Le cas de Karim, un citoyen qui doit subvenir aux besoins de sa famille

- Il a commencé à se soucier du risque décès / invalidé
- Il est conscient de l'assurance et de son importance, mais il ne peut payer qu'entre DZD 350 et DZD 750 par mois
- Le montant de la prime est très faible, rendant ainsi la distribution classique (i.e. via courtiers/agents) et la gestion de la polices inintéressante pour l'assureur classique

Des millions de personnes sont dans ces situations

) d'intégrer l'assurance dans le crédit

Promouvoir la micro assurance et ainsi, toucher une population de masse

### A noter:

- Les institutions de micro-finance ont été mises en place depuis les années 70
- L'Egypte est le premier pays dans le monde arabe en micro-finance
- 2,5 milliards de démunis dans le monde dont la majorité se trouvant en Asie et en Afrique
- Taux des assurés couvert par une certaine forme de micro-assurance est de 3% en Asie et 0.5% en Afrique
- Dans 23 des 100 pays les plus pauvres du monde, il n'existe actuellement aucune activité d'assurance identifiable

Sources: The landscape of Micro Insurance in the World's 100 Poor Country by Roth, McCord Liber

Le succès fulgurant de la bancassurance dans certains pays se confirme chaque année davantage. Quelles sont alors les clés d'un tel succès et à quels défis la bancassurance doit faire face?

### Opportunité

- Parfaite complémentarité avec les produits bancaires, ce qui facilite la compréhension et la distribution des produits d'assurances de personnes
- Par la force des choses, le client a confiance dans son banquier; facilitant la commercialisation des produits d'assurance vie sur le moyen à long terme
- Les conseillers bancaires peuvent utiliser la connaissance du patrimoine de leurs clients pour adapter leurs conseils. Cet avantage est prédominant en assurance vie

### Défis

- Adapter, former, et motiver le réseau bancaire à la vente de produits d'assurance
- Repenser les produits en les rendant plus simples
- L'absence de réglementations claires
- Le niveau élevé de compétition pousse les assureurs traditionnels à rentrer sur le créneau de la bancassurance en offrant des commissions très agressives
- Maintenir la relation de confiance avec les clients

Quel serait l'impact d'un tel réseau de distribution sur chacune des parties prenantes?

Des avantages considérables à chacune des parties prenantes

### Assureur

- Accès à une nouvelle clientèle
- Diversification des modes de distribution
- Bénéfice de la bonne image et de la confiance souvent associées aux banques
- Implantation rapide sur un nouveau marché grâce au réseau existant de la banque
- «Réduction» des coûts de distribution par rapport aux Frais inhérents aux agents traditionnels

### Banque

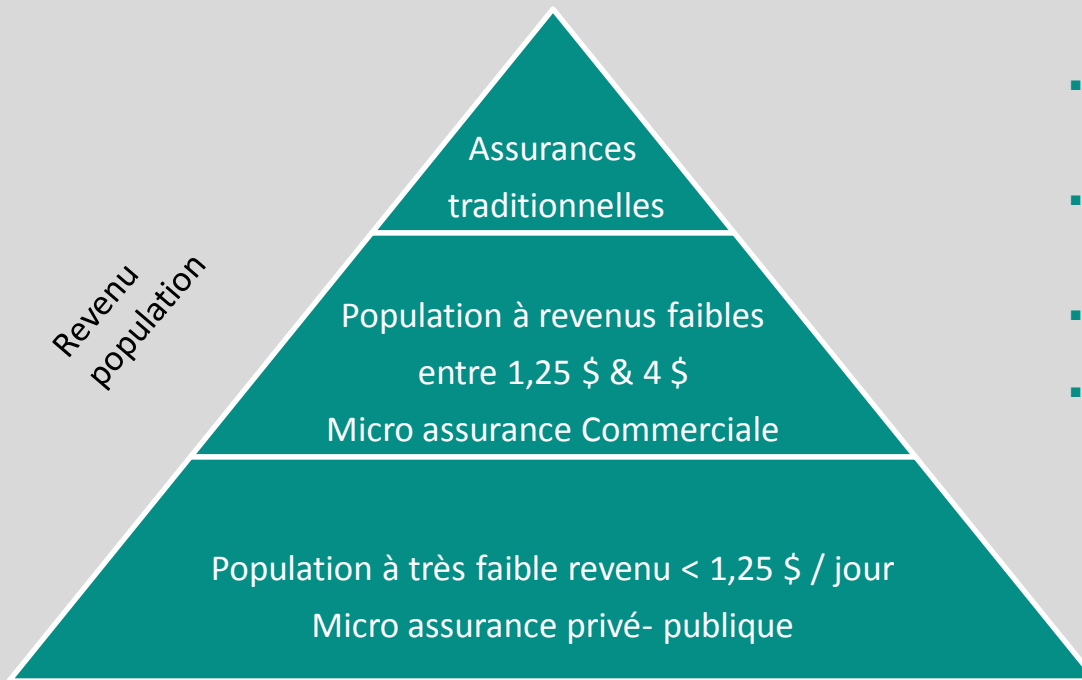
- Nouvelle source de revenue
- Diversification des activités génératrices de profit
- « One stop shop » des services financiers
- Fidélisation de la clientèle de la banque grâce à la diversité des produits et services
- Coûts de distribution presque marginaux vu que les employés de la banque eux-mêmes commercialisent les produits d'assurance

### Consommateur

- Accessibilité à tous les services financiers de la banque
- Produits d'assurance à des prix réduits grâce aux faibles coûts de distribution
- Mode de règlement simplifié
- Meilleure adéquation entre les besoins du client et les solutions qui lui sont proposées (relation privilégiée avec son banquier)
- La bancatakaful est plus simple car via des banques Islamiques

... Mais la réussite de la bancassurance reste contrastée selon les pays

La micro-assurance reste encore souvent confondue avec un simple complément du microcrédit; mais cette situation est en train d'évoluer: la micro-assurance, devenant un champ à part entière avec comme résultat la construction d'assurances populaires, **représente aujourd'hui un réel potentiel de croissance** :



- La Micro assurance couvre 500 million de la population aujourd'hui
- 4 milliards de clients potentiels pour l'industrie de l'assurance
- USD 40 milliards de primes potentielles
- La Banque Mondiale définit la pauvreté extrême comme étant vivre en deçà d'1,25 \$ par jour et estime que 1,4 milliards de personnes sont concernées par l'extrême pauvreté

Source: Swiss Re/ Fondation Munich Re & OIT

La densité d'assurance de prévoyance dans les pays Arabes augmentera sans aucun doute avec le développement et l'expansion des produits de micro-assurance / micro-Takaful:

### Opportunité

- Produits d'assurance accessible sous différentes formes, soit par leur prix, soit par leur mode de distribution
- C'est un arrangement attrayant; les vendeurs arrivent à séduire de nombreux nouveaux clients dans les villes

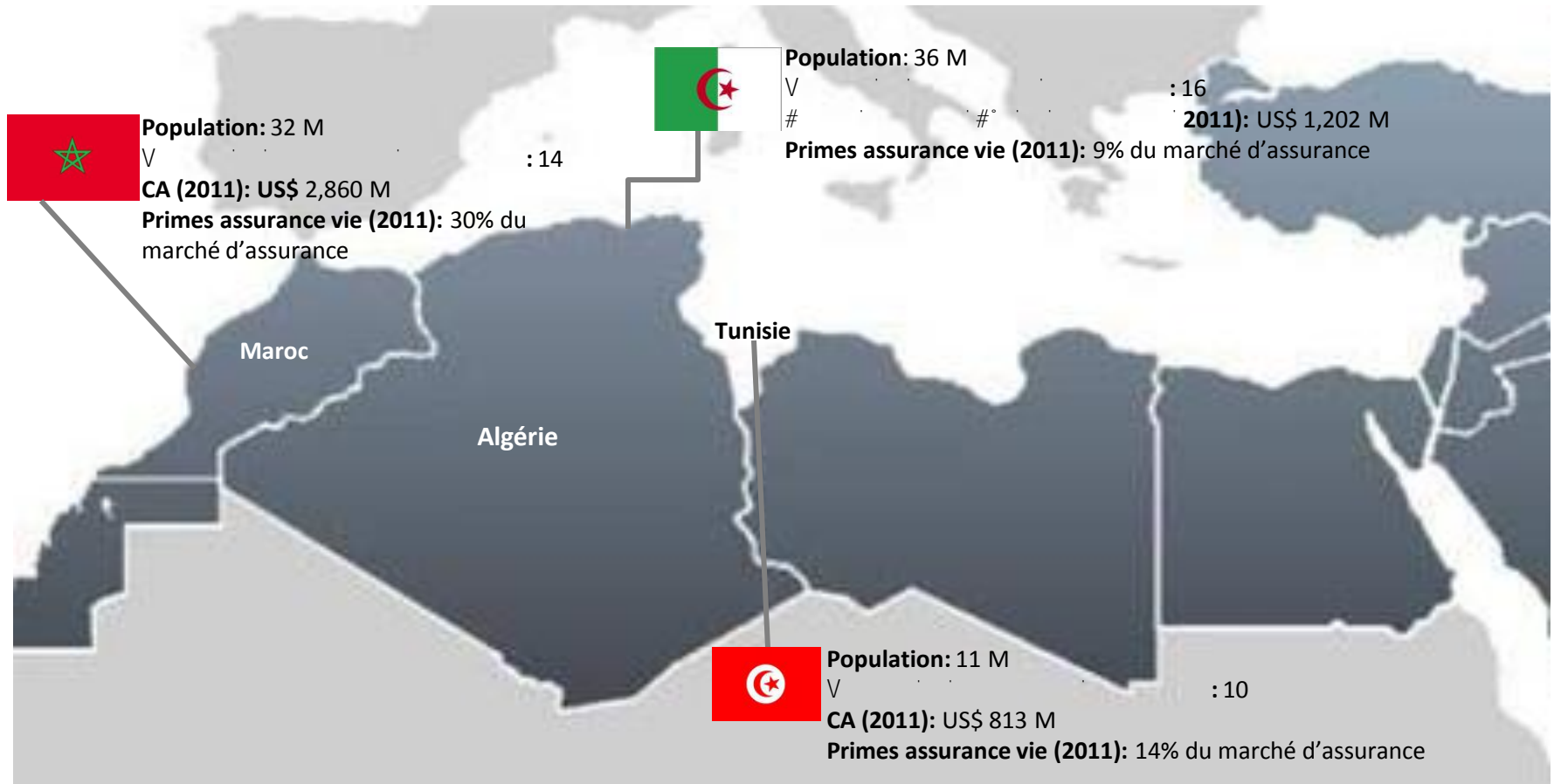
Les microcrédits comme moyen pour le développement des régions reculées:

- Promotion des économies locales
- Réduire le risque crédit via le transfert de certains risques
- Eveil vis-à-vis de l'assurance

### Défis

- Renforcer les capacités des acteurs à développer, vendre, et gérer de meilleurs produits
- Adapter, former, et motiver le réseau à l'intégration de la micro-assurance
- Sensibiliser les populations à faibles revenus pour les aider à comprendre la valeur de l'assurance
- Simplifier les produits, la politique de souscription, et les conditions générales compte tenu du niveau d'instruction de la population concernée et ce, sans porter atteinte à la transparence du contrat et à la protection des assurés et bénéficiaires
- Simplifier la gestion des sinistres, tout en réduisant autant que possible les coûts y relatifs





De tous les pays du Maghreb, le marché Algérien de l'assurance est celui qui dispose de la plus forte capacité de croissance; force est de constater que ce potentiel reste largement sous exploité puisque le taux de pénétration de l'assurance dans l'économie reste marginal.

Quels sont dès lors, dans le contexte actuel du marché, les meilleurs leviers d'extension et les opportunités à saisir pour les acteurs de l'assurance? Quels sont les inconvénients endogènes et exogènes du secteur et comment y remédier pour que la profession d'assurance évolue vers une meilleure performance ?

Le secteur d'assurance vie en Algérie reste encore très sous-développé. Que faut-il faire alors pour remettre son activité au diapason d'une croissance réelle positive?

### Situation actuelle

- Sur les produits d'épargne, l'Algérie est en « stand by » puisque le marché des placements n'offre actuellement pas assez de supports d'actifs financiers et de possibilités de rentabilité à moyen et long terme
- Filialisation de l'assurance-vie et augmentation du capital social
- Les assureurs peinent à convaincre les Algériens de souscrire à des contrats d'assurance; seules les assurances obligatoires étant souscrites (le nombre de contrevenants reste important)
- L'assurance automobile se taille la part du lion, avec plus de 45% de parts de marché alors que l'assurance vie ne dépasse pas les 10%

### Solutions à envisager

- Il faudrait permettre la commercialisation de produits Takaful compte tenu de la perception positive du consommateur
- Bancassurance: en plus du crédit, la banque pourra par exemple rappeler à ses clients l'importance de l'assurance, et leur proposer des produits d'assurance simples en fonction de leurs besoins particuliers
- Le marché des personnes à bas revenus (environ 1/4 de la population) devrait être servi via la micro-assurance
- Il faudrait introduire des produits simple pour préparer le terrain pour les produits d'épargnes sophistiqués (ex. universal life, unité de comptes)

Pour l'assurance de prévoyance, tout est à construire ou presque. La pénétration très faible de ce marché stratégique impose aux acteurs de développer une offre adaptée:

### Législation

- Adapter la réglementation (Takaful, micro-assurance, micro-finance, protection du consommateur)
- Promotion de l'assurance ex. mesures d'incitation fiscale
- Le régulateur devrait avoir l'expertises en assurance vie

### Produits/gestion

- Formation dédiée à l'assurance vie
- Innover et offrir des produits adaptés aux besoins des clients
- Maintenir la transparence aux niveaux des contrats d'assurance
- Simplifier la politique de souscription et la gestion des sinistres,
- Opérer via un système informatique adéquat

### Distribution

- Élargir les canaux de distribution:
  - ✓ Réseaux de distribution via les nouvelles technologies
  - ✓ Bancassurance / bancatakaful
  - ✓ Micro-assurance/ micro-Takaful
- Système de rémunération (de la force de vente) adéquat
- Renforcer la communication:
  - ✓ Créer des services conseils / orientation du client
  - ✓ Hotline

Merci pour votre attention

