

Institut International des Assurances

BP : 1275 - Tél : 20.71.52 - Fax : 20.71.51

E-mail : iia@syfed.cm.refer.org

Yaoundé (Cameroun)

*

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

*

Pour l'obtention du

DIPLÔME D'ETUDES SUPERIEURES

SPECIALISES EN ASSURANCES

(D.E.S.S.A.)

*

**

THEME :

**ASSURANCE ET SECTEUR INFORMEL :
QUELLES STRATEGIES DE PENETRATION**

**

*

Présenté par : M. Ibrahima GEORGES

14^{ème} promotion : 1998 - 2000

Sous la direction de :

M. Issakha Diakhaté
Directeur Général
Alliance d'Assurances

Mme Racky KANE
Directeur Technique
Alliance d'Assurances

*

ERRATA

page	Ligne	Lire	Au lieu de
4	7	La seconde	Le seconde
5	1	D'années	D'année
6	8	Sont vendus	Sont créés
11	20	Constitué	Constitués
13	12	Permanents	Permanent
13	18	Notion	Nation
13	20	Tous ceux	Tout ceux
14	9	Constituée	Constitué
15	7	Services	Service
16	22	Immobilisations	Immobilisation
20	22	La particularité	Le particularité
23	11	Du secteur informel	Les acteur de l'informel
25	6	Partagées	Partagé
32	23	Voyaient	Voyait
33	1 ^{er}	Obstacles	Obstacle
35	21	Chiffre d'affaires	Chiffre d'affaire
39	19	Classique	Classique
31	14	Fête	Faite
35	8	Chargée	Chargé
35	11	Champ	Champs
35	14	Général	Générale
30	11	D'enquêtes	D'enquête
30	14	Travaillé	travailler

Institut International des Assurances

BP : 1275 - Tél : 20.71.52 - Fax : 20.71.51

E-mail : iaa@syfed.cm.refer.org

Yaoundé (Cameroun)

*

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

*

Pour l'obtention du

DIPLOME D'ETUDES SUPERIEURES

SPECIALISES EN ASSURANCES

(D.E.S.S.A.)

*

**

THEME :

**ASSURANCE ET SECTEUR INFORMEL :
QUELLES STRATEGIES DE PENETRATION**

**

*

Présenté par : M. Ibrahima GEORGES

14^{ème} promotion : 1998 - 2000

Encadré par :

M. Issakha Diakhaté
Directeur Général
Alliance d'Assurances

Mme Racky KANE
Directeur Technique
Alliance d'Assurances

*

Dédicaces

Je dédie ce travail à :

Mon père

Ma mère

Toute ma famille

Je le dédie aussi au Professeur Mary Tew NIANE, Directeur de l'UFR de mathématiques de l'Université Gaston BERGER de Saint Louis, dont l'ardeur au travail et la grandeur d'esprit me donnent toujours la force d'espérer des lendemains meilleurs pour le Sénégal, et pour toute l'Afrique.

**

*

Remerciements

Mes remerciements sincères

Vont à :

- *Monsieur Issakha Diakhaté, Directeur Général D'ALLIANCE D'ASSURANCES qui n'a ménagé aucun effort pour le bon déroulement de mon stage de fin de formation au sein de sa compagnie et pour l'encadrement sans faille dont il a fait montre dans la réalisation de ce mémoire.*
- *Madame Racky KANE, Directrice Technique pour l'encadrement, le soutien morale et toute la disponibilité dont elle m'a fait bénéficier durant toute la période de stage et de réalisation de ce travail.*
- *Madame TOURE, Secrétaire Générale*
- *Monsieur LY, Directeur Financier et Comptable*
- *Madame NDIAYE, chargé de Mission.*

Je remercie aussi très sincèrement tous les Chefs de service d'ALLIANCE D'ASSURANCES et l'ensemble de son personnel pour leur simplicité, l'assistance technique à chaque fois qu'il en a été de besoin, et surtout pour l'atmosphère sociale dans laquelle ils ont bien voulu me mettre ; atmosphère qui m'a permis de connaître une excellente intégration au sein de la structure.

Je remercie l'ensemble de mes amis qui ont su me soutenir et me conseiller pendant les moments les plus difficiles.

SOMMAIRE

THEME : ASSURANCE & SECTEUR INFORMEL
Quelles stratégies de pénétration ?

TITRE I : LE SECTEUR INFORMEL SENEGALAIS

Chapitre I : Définitions & Composantes

Section 1 : Définitions

- A - Approche multicritères
(Définitions par rapport aux critères d'inclusions ou d'exclusions)
- B - Approche fonctionnelle
(Générateur de main d'œuvre pour le secteur moderne)
- C - Institutionnelle
(Non respect de la réglementation en matière de recrutement, Inscription au registre du commerce etc...)
- D - Approche descriptive
(Description des éléments constitutifs)

Section 2 : Composantes principales

Chapitre II : Apport dans l'économie nationale

Section 1 : Emploi

- A - Effectifs
- B - Rémunérations

Section 2 : Productions investissement et fiscalité

- A - Production
- B - Investissement
- C - Fiscalité

Section 3 : Pêche artisanale

TITRE II: QUELLES STRATEGIES DE PENETRATION POUR L'ASSURANCE

Chapitre I : Facteurs de blocage : l'Assurance

Section 1 : Facteurs objectifs

- A - Faible revenu pour certains opérateurs
- B - Faible niveau d'instruction
- C - Moyen de concurrence à l'assurance

Section 2 : Facteurs subjectifs

- A - Mauvaise presse des assurances et peur de l'appareil étatique
- B - Religion (pour l'assurance vie)

- STRATEGIES -

Chapitre II : Poursuite et consolidation des politiques déjà initiées au Sénégal

- 1 - Projet d'assurance des marchés
- 2 - L'Assurance des pirogues
- 3 - L'expérience de la caisse de sécurité sociale

**Chapitre III : Les améliorations à apporter dans la
stratégie
actuelle**

*Section 1 : Approche ensembliste (de toutes les
compagnies)*

- A - Justifications
- B - Moyens (création d'une commission de sensibilisation chargée de travailler avec les différentes organisations professionnelles)

Section 2 : Mise en place de produits pilotes

- A - Cible (portefeuille TPV & Assurance & Facultés)
- B - Produits
- C - Prix (Prix d'entrée dans le marché : Minimale pour une durée de 5 ans)
- D - Communications (commerciaux puisés du secteur informel avec commission maximale pour une durée de 5 ans)

Introduction

Naturellement, toute entreprise commerciale, pour résister à la concurrence se doit de se développer d'une manière assez constante en se basant notamment sur certains critères liés à l'entreprise qui seront entre autres, la diversité des produits proposés, l'efficacité de la gestion de l'entreprise, le chiffre d'affaires réalisé, etc.

Sans aller jusqu'à en faire le critère le plus pertinent, nous dirons que le chiffre d'affaires est l'un des indicateurs les plus usités tout au moins s'agissant de la comparaison des entreprises entre elles.

Les Compagnies d'Assurances en tant que structures commerciales n'échappent pas à ce besoin constant qu'est l'augmentation de leur chiffre d'affaires. En effet, ceci est d'autant plus vrai que ces Compagnies consacrent en moyenne 20 % de leur vente réalisée aux frais d'acquisition des contrats qu'elles gèrent.

Notons par ailleurs, qu'hormis cette nécessité commune à toute structure commerciale d'augmenter son chiffre d'affaires, ce besoin est aussi d'ordre technique dans les Compagnies d'Assurances. En effet, la technique d'assurance est essentiellement basée sur le regroupement de risques de même nature, qu'on appelle communément mutualité, de telle sorte que la réalisation de certains d'entre eux en proportion prévue par la Compagnie suivant les statistiques puisse être prise en charge par l'ensemble des cotisations ou primes collectées.

Mais alors, pour atteindre ce but, il faudrait que les statistiques sur lesquelles la Compagnie se fonde soient le plus proche de la réalité possible ; et pour cela, ces statistiques devraient se baser sur un échantillon assez important portant sur une durée suffisamment longue pour répondre à ce souci. Les échantillons ne constituant rien d'autre que les affaires en portefeuille qui sont, comme nous le savons, proportionnelles au chiffre d'affaires.

Cependant, l'augmentation des affaires souscrites ne doit pas se limiter à une seule branche ou à un nombre restreint de branches mais bien au contraire sur le maximum possible de branches, car en effet, autant il y en aura de branches dans une Compagnie, autant les mauvais résultats de certaines d'entre elles pourront être compensés par ceux des autres ; d'où la nécessité d'une grande diversification de ces branches.

Hormis ces raisons internes aux compagnies d'assurances, il y a la nécessité de sécuriser les économies nationales ou sous-régionales par une plus large couverture en assurance de ses principaux acteurs quand on sait le rôle que joue l'assurance en matière de sécurisation des investissements.

Or, nul n'ignore aujourd'hui la place prépondérante qu'occupe le secteur informel dans nos économies nationales en général et dans l'économie sénégalaise en particulier. Cependant, si tout le monde est d'accord sur sa prégnance, il n'en demeure pas moins qu'il reste un secteur assez mal maîtrisé par les pouvoirs publics et reste assez largement ignoré par les Compagnies d'Assurances.

Cette situation, aussi paradoxale qu'elle puisse paraître trouve son explication aussi bien dans la nature assez particulière même de ce secteur de l'économie, que dans l'attitude longtemps adoptée par nos décideurs politiques, attitude qui a toujours consisté à le reléguer au second plan au profit du secteur dit formel, notamment industriel.

Dans sa nature parce que le secteur informel, comme nous pourrions le voir dans la suite de notre étude est caractérisé par l'existence d'une très grande multitude d'activités qui se créent en fonction des besoins quotidiens de la population ; ces activités vont notamment du petit vendeur ambulant au gros importateur de riz, en passant par le réparateur de téléviseurs du quartier ; entre celles-ci se trouvent bien entendu des dizaines, voire des centaines d'autres activités. Outre cette grande diversité, la particularité de ce secteur réside aussi au fait important que ses activités se

créent dans l'ignorance totale de certaines normes administratives et légales concernant notamment l'inscription aux registres du commerce, la tenue de livre comptable entre autres. Notons aussi par ailleurs que certaines activités présentent un caractère intermittent ou alors sont limitées dans le temps. Autant de facteurs qui rendent difficile la connaissance ou la maîtrise parfaite en un moment donné de ce secteur ; tout au moins à un niveau de connaissance tel que celui du secteur moderne, secteur qui, pendant longtemps a focalisé l'intérêt de nos pouvoirs publics.

En effet, et ceci nous emmène à notre second point d'achoppement pour une bonne connaissance du secteur informel.

Depuis les indépendances, la plupart de nos autorités politiques avaient basé le développement de nos pays sur essentiellement celui de l'industrie ou d'une manière générale sur celui du secteur moderne tant et si bien que tous les projets d'étude, les politiques d'appui et d'assistance n'avaient que pour unique cible le secteur moderne. C'est ainsi donc qu'on a pendant longtemps considéré le secteur informel comme étant la frange résiduelle du secteur moderne, faisant dans la fraude, dans l'illégalité et voué à une disparition inévitable avec le développement du tissu industriel.

Cependant, si ce secteur reste assez méconnu jusqu'à nos jours, il faut noter que les choses ont beaucoup évolué avec notamment les résultats pour la plupart du temps assez médiocres de nos industries, en particulier et du secteur moderne en général, tout au moins concernant les espoirs que l'on portait sur eux à pouvoir résorber la main-d'œuvre disponible par la création d'emplois suffisants.

Ainsi donc, des études ont été faites et continuent d'être faites pour une meilleure connaissance du secteur informel.

La question que les assureurs pourront se poser dans un tel contexte est bien entendu : quelles voies et moyens utiliser pour pénétrer ce secteur de l'économie ? Secteur où circulent d'importants capitaux comme nous le verrons par la suite compte tenu de l'ensemble des raisons que nous venons d'évoquer.

Loin de prétendre vouloir en donner une réponse exhaustive définitive et complète, l'étude que nous nous proposons de faire se voudra une modeste contribution à la recherche de la réponse ou des réponses à cette question.

Ainsi donc, dans une première partie, nous essaierons de parler du secteur informel, de ce que l'on entend par ce terme, ses grandes composantes et de son importance en terme d'économie.

Dans la seconde partie, nous traiterons de la problématique de l'Assurance, de ce secteur dit informel.

En effet, l'on a nullement besoin de procéder à des études poussées pour constater que les assurances et le secteur informel n'entretiennent que des relations strictement minimales notamment par le biais des assurances obligatoires telles que l'assurance automobile et l'assurance des facultés en importation. Encore que malgré ces obligations légales, la couverture de l'ensemble des risques afférents à ces obligations n'est pas réalisée.

Cette situation ne manque pas d'interpeller l'attention des acteurs opérant dans le secteur des assurances et cela à juste titre.

En effet, on retrouve dans le secteur informel plusieurs activités nécessitant une couverture en assurance aussi bien au niveau des acteurs (couverture maladie, accident, etc.) qu'au niveau des activités elles-mêmes (incendie, vol, bris de machine et l'assurance des pirogues, etc)., ceci pour une bonne sécurisation et une meilleure efficacité d'entreprise.

TITRE I

LE SECTEUR INFORMEL SENEGALAIS

TITRE I : LE SECTEUR INFORMEL SENEGALAIS

Chapitre I : Définitions & Composantes

Section 1 : Définitions

Bien que cela fait maintenant une trentaine d'année que ce concept de secteur informel fit son apparition dans le vocabulaire courant des économistes et hommes politiques, sa définition exacte continue de poser problème à ces derniers.

En effet, c'est depuis le début des années 70 , que le concept de secteur informel fut utilisé pour la première fois notamment lors des premiers travaux du programme mondial de l'emploi entrepris par le Bureau International du Travail sur le Kenya.

Le phénomène qui s'observait dans la plupart de nos pays en développement et qui du reste demeure jusqu'à nos jours, est que le taux de croissance de nos industries est assez faible face à la croissance de la population en âge de travailler ce qui a pour implication évidente une augmentation continue du nombre d'individus en situation de potentiels chômeurs. Le chômage n'étant pas indemnisé dans la plupart de nos pays, le surplus de main-d'œuvre résultant de l'exode rural et de l'incapacité du secteur moderne à satisfaire la demande, entraînera non pas une augmentation exponentielle du chômage ouvert, mais bien au contraire la création de petites activités permettant aux migrants ruraux et aux citadins n'ayant pu avoir accès aux emplois du secteur moderne de vivre et de survivre. Ainsi, le secteur informel naquit.

Si sa genèse ne pose aucun problème majeur, sa définition quant à elle continue de diviser les chercheurs.

Cette difficulté résulte essentiellement du fait que, comme nous le disions tantôt, le secteur informel est né d'une réaction spontanée des populations face aux

conséquences néfastes de l'incapacité du secteur moderne à satisfaire leurs attentes en matière d'emplois.

Ainsi donc, nous trouverons diverses définitions qui, loin de se contredire, seront complémentaires entre elles hormis le point de vue assez extrémiste des industriels.

En effet, pour les industriels, l'expression "secteur informel", tout au moins jusqu'à un passé récent, recouvrait toutes les activités d'importations semi-légales ou illégales de produits que fabriquent leurs entreprises, et qui sont vendus sur le marché local à des prix dérisoires par rapport à ceux que les coûts de production leur imposent.

Cette manière négative d'appréhender le secteur informel qui du reste, à tendance à disparaître avec la conscientisation accrue des décideurs et population en général, du rôle que joue ce secteur de l'économie dans nos différents pays, ne sera pas privilégiée dans notre étude.

Mise à part cette position que nous venons d'évoquer, nous trouverons diverses définitions qui tantôt seront basées sur un ensemble de critères que doit remplir une activité pour être qualifiée d'activité du secteur informel ; il s'agira d'approche multicritères ; tantôt du rôle qu'il joue par rapport au secteur moderne. Nous parlerons d'approche fonctionnelle ou alors leur position par rapport aux normes et règlements (approche institutionnelle) ou enfin une approche purement descriptive.

A/ APPROCHE MULTICRITERES :

Cette approche consiste essentiellement à la conformité ou non de l'activité par rapport à un certain nombre de critères d'inclusion ou d'exclusion.

L'exemple type est la définition utilisée par le BIT lors des études sur le secteur non structuré moderne africain, réalisées dans le cadre du programme de recherche sur l'acquisition des qualifications et l'auto-emploi¹ ou dans le cadre du programme de recherche sur l'urbanisation et l'emploi.

Pour être reconnue comme appartenant au secteur informel, une Entreprise devrait satisfaire un ou plusieurs des critères suivants :

- l'emploi de 10 personnes au plus
- La non application des règles légales et administratives
- l'Emploi d'aides familiales
- L'absence d'horaires ou de jours fixes de travail
- Une production destinée au consommateur final
- L'absence de crédits institutionnels
- Une formation scolaire des travailleurs inférieure à six ans.

■ Pour certaines activités, l'absence d'énergie mécanique et électrique, le caractère ambulante ou semi-permanent de l'activité.

Ce type de définition est inspiré de celle proposée par le rapport du BIT sur le Kenya et qui comprend sept critères.

- Utilisation de ressources locales
- Facilité d'entrée
- Marché de concurrence non réglementé
- Propriété familiale des Entreprises
- Petite échelle des activités.
- Technologie adaptée à forte intensité de travail
- Formation acquise en dehors du système scolaire.

¹ Georges NIHAN, le secteur non structurel signification, aire d'extension du concept et application expérimentale.

Cette définition est confrontée à un problème de précision car, ayant des bornes très extensibles .

En effet, quelle pourrait être la mesure de la facilité d'entrée, et quel en serait le seuil, ou encore qu'entend-on par petite échelle des activités? Notons par ailleurs qu'au Sénégal, l'exercice de certaines activités telles que la bijouterie ou encore la menuiserie artisanale est fortement lié à l'appartenance ou non à certaines classes sociales ou caste ; ce qui rend davantage complexe ce critère de facilité d'entrée.

Ainsi, on pourrait tenter non plus d'appréhender le Secteur Informel dans sa singularité, mais plutôt de voir les rapports qui le lie au secteur moderne ; d'où l'approche fonctionnelle.

B/ APPROCHE FONCTIONNELLE :

Par rapport à cette approche, le secteur informel est considéré comme un ensemble d'activités productrices de biens et de services à faible coût de production permettant la reproduction à faible coût de la force de travail des travailleurs du secteur moderne. En outre, ce secteur est-il considéré comme étant "générateur de main-d'œuvre pour le secteur moderne.

Selon cette conception, le secteur informel n'a d'existence que par rapport au secteur moderne qui lui fournit les biens d'équipement nécessaires et les autres produits destinés aux consommateurs.

Cette approche a pour principal inconvénient de subordonner l'existence de ce secteur à celle du secteur moderne et, du coup, établit une relation d'ordre entre les deux.

Ce jugement réducteur du secteur informel nous fait penser à son caractère vis-à-vis des normes administratives et légales , en d'autres termes à l'approche institutionnelle.

C/ L'APPROCHE INSTITUTIONNELLE

L'accent est mis particulièrement sur le cadre institutionnel et juridique qui sert de référence pour mesurer le degré d'illégalité des activités du secteur informel et seront considérées dans ce cas, comme entreprises illégales relevant du secteur informel, toutes celles qui ne sont pas enregistrées, ne paient pas d'impôt et ne respectent pas les dispositions législatives en matière d'emploi ou de salaire. Certains analystes qui partagent cette conception soutiennent, en outre que l'existence de celui-ci est fortement dépendant de la rigueur, de la complexité et autres inconvénients du système réglementaire.

Cependant, comme le fait remarquer John MC KENZIE² si certaines entreprises du secteur informel sont pratiquement dans l'illégalité, la plupart d'entre elles sont conformes à la loi. En effet, suivant le type et la taille de l'Entreprise, il existe des patentes annuelles, des taxes municipales mensuelles sur les lieux de travail et des taxes journalières sur les étalages de marchés auxquels sont assujetties les entreprises du secteur informel. A ce propos, J. MC KENZIE fait également remarquer qu'au Sénégal, la différence entre les secteurs formel et informel n'est pas une différence de légalité, mais plutôt, une différence de culture. Le secteur formel sénégalais est moderne et occidental, tandis que le secteur informel est traditionnel et africain.

En effet, dans l'entreprise traditionnelle, il existe peu de différence entre l'entreprise et la famille ou entre la vie professionnelle et la vie privée. Les Entreprises sont ouvertes tous les jours de la semaine et les employés et apprentis travaillent durant de longues heures pour des salaires minimes. Tout comme la famille peut constituer un actif, elle peut également être un handicap, étant donné que la caisse de l'entreprise et celle de la famille ne font souvent qu'un, et que les besoins et obligations de la famille (baptêmes, mariages, etc...) peuvent poser un problème de cash-flow . Toutefois, les obligations familiales ne peuvent pas être ignorées car la famille élargie est la première source d'influence de l'entrepreneur.

Autant de considérations qui limitent fortement l'adaptation de cette approche à l'ensemble du secteur informel.

Pour palier ces difficultés de caractérisations du secteur liées à leur champ de validité, Philippe HUGON nous fournit une définition par une description du contenu du secteur informel.

D/ APPROCHE DESCRIPTIVE.

Une description très détaillée est celle donnée par Philippe HUGON³. Cet auteur décrit les activités tout en les classant, et le mérite de sa classification tient à ce qu'elle regroupe les activités en sous-ensembles ayant des facteurs d'existence commune.

Or, l'extrême diversité de ce que recouvre le concept du secteur informel (diversité tenant à la multiplicité des activités, à la façon dont elles sont exercées et aussi à la pluralité des besoins que satisfont les petits producteurs) impose que le secteur informel ne soit pas pris comme un seul bloc.

Les catégories distinguées par Philippe HUGON sont :

1°) les prestations de services :

- Les services personnels : coiffeuses, esthéticiennes, tresseuses, guérisseur, etc.
- Les services matériels : cordonniers, tous les réparateurs (Radio, Télé, Montre, Réfrigérateur, etc...) mécaniciens, auto, moto, vélo, etc.

² John Mackenzie : « Crédit pour le secteur informel : Expérience en matière de prêts accordés au secteur informel et prolèmes.

³ Les activités marchandes dans les espaces urbains africains - Revue Tiers Monde n° 82 Avril - Juin 80.

2°) La production de marchandises :

- Transformation de produits de récupération : Producteur de matelas, d'articles, d'ustensiles de cuisine, etc.
- Les artisans de fabrication : transformation de métaux, du bois, de textiles, du cuir, de produits chimiques, de produits agricoles, etc.
- Les activités de sous-traitance et le tâcheronnage : travailleurs à domicile, tâcherons rémunérés à la tâche ou producteurs recevant l'avance de matières premières.

3°) Les activités Commerciales :

- Les activités commerciales semi-légales ou même illégales : colporteur, vendeurs ambulants, marchands à la sauvette.
- Le micro-commerce fixe : tabliers, vendeurs à l'étal, etc...
- Le petit commerce : boutiquier ayant un local fixe

4°) Le Transport :

- Les transports non mécanisés : tireurs de pousse-pousse, conducteurs de chars à bras, de charrettes à chevaux, etc.)
- Les transports mécanisés : taxis, cars rapides, taxis bagages, etc...

En conclusion, on remarquera que les différentes approches de la définition du secteur informel se complètent. Si l'on met à part le sens particulier que lui donnent les industriels, (secteur "illégal"), le secteur informel serait constitué d'un ensemble d'activités économiques de productions et de distribution de biens et services à petites échelles ; ces activités sont exercées à des degrés variables, en marge de la réglementation instituée par la puissance publique (code des impôts, code du travail, code des obligations civiles et commerciales, etc...), mais au vu et au su de l'administration (ce qui les différencie des activités frauduleuses du secteur illégal dénoncé par les industriels.

SECTION 2 : COMPOSANTES PRINCIPALES

En effet, il serait impossible de donner une liste exhaustive de l'ensemble des activités que l'on retrouve dans le secteur informel car, cela relève de la nature et de la définition du secteur informel.

Ainsi, nous dirons qu'hormis l'artisanat de production, l'artisanat d'art et celui de service, le secteur informel englobe entre autres le petit commerce, le transport, les petits métiers ambulants : cireurs de chaussures, laveurs de véhicules et tous ceux qui, selon des formules multiples pratiquent l'auto-emploi.

Précisons par ailleurs qu'il n'existe pas une nomenclature universelle et cela pour la raison simple qu'il n'existe pas une seule définition et donc selon qu'on considère la définition A ou B on a des nomenclatures différentes.

Cependant, l'on peut regrouper l'essentiel des activités dans les termes : Production, construction bâtiment, services, commerce et transport dont nous donnons en annexe les contenus d'après le recensement de septembre 1988 : Enquête USAID. Les colonnes, nombre d'unités et total des personnes employées ont été omises car sans intérêt pour ce paragraphe. En effet, les données qui y figurent sont désuètes datant de 1988 et en outre notre souci est essentiellement de montrer les grandes branches et leurs sous-activités.

Chapitre 2 : APPORT DANS L'ECONOMIE NATIONALE

Section 1 : EMPLOI

A - EFFECTIFS

Le secteur informel joue un rôle de premier plan dans l'économie sénégalaise en matière de création d'emploi. En effet, c'est un secteur refuge qui, grâce à sa grande capacité d'absorption de main d'œuvre atténue de façon considérable les tensions sur le marché du travail.

On trouve toutes les qualifications dans la main d'œuvre qu'il emploie du fait de la multiplicité de activités qui y sont exercées. Cette main d'œuvre est parfois sur abondante et peu qualifiée, et les rémunérations sont en général très faibles.

Les travailleurs exerçant dans l'informel ont été répartis en catégories socioprofessionnelles apprentis, Chef d'entreprises, salariés permanents, salariés temporaires . Voir tableau infra.

Il est à noter que les notions de travail temporaire et de travail à temps partiel sont fondamentalement différentes. En effet, la seconde correspond à un emploi stable dont la durée moyenne mensuelle est inférieure à la norme tandis que la première est caractérisée par son instabilité.

La notion d'apprentis utilisée ici diffère de celle du langage courant. En effet par exclusion nous dirons que : est apprenti celui qui n'est ni chef d'entreprise ni salarié temporaire ou permanent. Sont considérés comme salariés permanents, tout ceux qui perçoivent à la fin d'une période donnée (le jour, la semaine, le mois, etc.) un certain montant qui ne dépend donc pas de la rentabilité au cours de la dite période.

Les effectifs employés au niveau du secteur informel sont estimés à 1.261.805 individus. Les chefs d'entreprise sont relativement plus nombreux, en effet, ils

représentent 37,4% des effectifs ;le travail temporaire n'est pas tellement important au niveau de l'informel puisque les travailleurs concernés par ce type d'activité ne représentent que 4,1% de l'effectif total. Les apprentis et les permanents quant à eux représentent respectivement 33,3% et 25,5%.

Avec 54% des effectifs, l'activité production de biens est la plus dynamique en matière de création d'emploi. Le nombre élevé d'unités qui la composent et la diversité de leurs activités n'est pas étrangère à cette bonne performance. Il faut cependant noter qu'une part importante de l'effectif employé par le secteur d'activité (25%) est constitué d'apprentis c'est à dire d'individus qui la plupart du temps viennent apprendre un métier.

Deuxième activité par ordre d'importance de l'effectif, le commerce joue un rôle très important dans le cadre de la résorption du chômage. En effet, il occupe 31% des effectifs alors que le transport et les autres services n'en emploient que respectivement 3% et 12%.

Nature des Emplois créés par secteur d'activité

	Production de biens	Transport	Commerce	Autres services	Ensemble
Permanent	349.799	10.324	40.093	19.670	419.887
Apprentis	171.241	6.285	63.458	78.128	319.112
temporaires	35.144	0	6.466	9.711	51.321
Chefs d'entreprises	129.628	26.845	275.862	39.150	471.485
Total	685.813	43.454	385.879	146.659	1.261.805

Source MEFP : DPS. 1996

B - Les rémunérations

Une des caractéristiques du secteur informel est la faiblesse des rémunérations qui y sont versées comparativement au secteur moderne. C'est l'une des raisons pour

lesquelles on le qualifie de secteur refuge. Le total de celles-ci s'est élevé en 1996 à 73,422 Milliards FCFA le fait marquant est que plus de la moitié de ces rémunérations sont en nature. En effet les dépenses en nourritures de personnel qui sont partie intégrante des salaires représentant 58% de ceux-ci. Le secteur d'activité commerce est la plus importante en terme de salaires versés. En effets, il verse 42% des rémunérations contre 25% pour la production de biens, 14% pour le transport et 18% pour les services.

Ce poids relativement faible du transport dans la masse salariale de l'informel résulte du nombre peu élevé de ses effectifs puisque c'est le secteur d'activités qui verse le salaire moyen le plus élevé. En effet le salaire moyen au niveau du transport est plus de deux fois supérieur à celui des autres secteurs d'activité.

Montant des rémunérations par secteurs d'activité.

	Production	Transport	Commerce	Autres services	Ensem.
Salaires	18.504.776.590 25%	10.692.945.720 14%	30.921.099.210 42%	13.363.699.320 18%	73.422.520.840

Sources : MEFP DSP 1996

Section 2 : Production Investissement fiscalité

A) La Production :

Dans le secteur informel, la notion de combinaison optimale des facteurs de production est quasiment ignorée, néanmoins , il participe à hauteur de 52%⁴ à la formation du produit intérieur brut.

En effet le secteur informel a réalisé en 1996 une production estimée à 1926,39 milliards de F CFA, créant ainsi une valeur ajoutée de 1457,83 milliards.

⁴ MEFP DSP

Le secteur d'activité commerce est de loin le plus dynamique puisqu'à lui tout seul, il réalise 65% de la production totale et crée 74% de la valeur ajoutée ; elle occupe donc une part prépondérante dans l'économie du point de vue de la valeur ajoutée qu'elle crée et de la main d'œuvre qu'elle emploie.

Le secteur d'activités production de biens est après le commerce le plus performant avec 23% de la production et 13% de la valeur ajoutée de l'informel. Le transport et les autres services sont relativement les plus modestes tant du point de vue production que de la valeur ajoutée.

Ils ne réalisent en effet que 12% de la valeur ajoutée.

Ceci est sans doute lié à la faiblesse de la productivité du travail dans ces deux secteurs d'activités. En effet, la productivité moyenne apparente du travail que l'on mesure par le rapport de la production réalisée par les travailleurs sur la rémunération reçue par ceux-ci est moins élevée dans le transport et les services.

Le secteur informel se caractérise en outre par la faiblesse de la production moyenne du travail. Ceci est dû au manque de qualification de la plus grande partie du personnel et au surplus de main d'œuvre qui existe dans ce secteur.

Production et V.A par Secteur d'activité.

	Product. de bien	Transport	Commerce	Autr. Services	Ensemble
P	447.821.491.100	104.031430300	1.252.249.229.400	122.287.881.770	192.6390.032.570
V.A	196.053.633.620	74.899.612.400	1.085.940.028.210	100.936.678.700	145.829.952.930

Source : MEFP. DPS 1996

B) L'INVESTISSEMENT

La plus grande partie des immobilisations au niveau du secteur informel sont acquises neuves sur le marché local. En effet, elles représentent plus de 60% du montant global des immobilisations qui s'élève à 167,337 milliards de F CFA. Les immobilisations d'occasion d'origine locale représentent quant à elles 23% de ce

montant. Ceci montre donc que les entreprises informelles se tournent généralement sur le marché local pour satisfaire leur besoin d'investissement.

Les immobilisations importées représentent 13% alors que celles fabriquées par les entreprises elles-mêmes ne compte que pour 3%.

Le commerce est le secteur d'activité le plus dynamique en terme d'investissement avec près de 45% du montant global. Il est suivi par le transport (25%) et le secteur d'activité production : de biens (23%). Les autres services investissent le moins avec seulement 7% du total des immobilisations.

La structure des immobilisations montre une prédominance des machines électriques et électroniques.

En effet elles représentent 40% des immobilisations au niveau du commerce, 59% dans le secteur production de biens et 49% dans les autres services.

Les BTP représentent 25% des immobilisations dans le commerce contre 17% pour les ouvrages en métaux. Les meubles et accessoires en bois ne constituent que 8% des immobilisations de ce secteur d'activité.

Au niveau des autres services, les ouvrages en métaux représentent 27% des immobilisations.

Immobilisations par secteur d'activité

	Production	Transport	Commerce	Autres Serv.	Ensem.
Immobilisation	38.418.758.477	41.779.126.990	75.528.011.140	11.611.488.400	167.337.385.007

C) La Fiscalité :

Le secteur informel a pendant longtemps été considéré comme un paradis fiscal puisque le taux de fraude et d'évasion fiscale y est très élevé.

Il faut cependant noter que l'on rencontre deux types d'activités informelles au Sénégal : Une activité informelle légale Qui s'acquitte des impôts auxquels elle est assujettie. et une activité clandestine .

L'étude de la fiscalité du secteur informel est d'une importance capitale vue la taille de ce secteur dans l'économie nationale. En effet comme nous l'avons dit précédemment le secteur informel contribue pour près de 52% à la formation du produit intérieur brut (PIB).

Le montant des impôts et taxes versés par les entreprises informelles est estimé en 1996 à 18,847 milliards F CFA. La pression fiscale qui se chiffre à moins de 1% est encore relativement faible.

Plus de la moitié des impôts sont versés par les entreprises commerciales. Le transport et les autres services sont ceux qui versent le moins de taxes avec respectivement 11% et 4% du montant global. Il faut cependant noter que la pression fiscale est plus importante dans le transports. En effet elle s'élève à près de 2% dans ce secteur d'activité contre 0,64% pour les services d'activité, 0,72% pour la production de biens et 1,02% pour le commerce.

Cela résulte du fait que la localisation des unités informelles pour le recouvrement des impôts et taxes est beaucoup plus difficile dans ces trois derniers secteurs d'activité.

Impôts versés par secteur d'activité.

	Production de biens	Transport	Commerce	Autres services	Ensemble
Impôts	3.234.415.480	2.012.277.940	12.754.216.60	786.118.680	18.847.028.700
	17%	11%	0 68%	4%	

Source : MEFP. DPS 1996

Pour être complet dans l'évaluation du secteur informel, notamment en ce qui concerne son poids économique, l'on ne saurait omettre le cas de la pêche artisanale.

En effet, son importance en terme économique a été assez tôt comprise par les assureurs qui ont eu dans le passé à s'intéresser à ce secteur en faisant notamment

quelques études sur les conditions d'assurabilité des risques pesant sur les activités de la pêche artisanale.

Nous reviendrons sur ce point dans la seconde partie de ce document.

A présent donnons quelques caractéristiques de la pêche artisanale au Sénégal et particulièrement son apport dans l'économie nationale.

Section 3 : La Pêche artisanale

La pêche est aujourd'hui la première source du devise au Sénégal. Elle contribue pour 32% des exportations nationales. Elle est composée de la pêche industrielle et de la pêche artisanale. Dans le cadre de cette étude, nous ne considérerons que la pêche artisanale pour des raisons évidentes.

La production de la pêche artisanale représente 75% des mises terre de la pêche maritime, 56% de la valeur de ces mises terre et fait vivre plus de 10% de la population. Ce processus a été fortement influencé par le taux de motorisation. Nous avons en 1996 80% des pirogues de la pêche artisanale motorisées.

Cette pêche dispose de 186 points de débarquement avec environ 11636 pirogues. Le nombre d'emploi direct est estimé à 50.000 et environ 120.000 emplois indirects tant en amont qu'en aval (fabrication des pirogues, partage, entretien, maintenance, transformation, conservation). La valeur commerciale en 1999 est estimée à plus de 55 milliards.

Cependant, malgré l'importance de son apport actuel dans l'économie sénégalaise la pêche artisanale est loin d'atteindre les limites de ses possibilités.

En effet, les acteurs de cette pêche artisanale restent confrontés à des contraintes qui sont de nature à limiter considérablement leur capacité. Parmi ces contraintes, nous avons celle liée au remplacement des moteurs en cas de perte de ces derniers ou les filets au cas où ces filets seraient accrochés par un navire par exemple.

Ceux-ci sont autant de contraintes auxquelles nos pêcheurs sont confrontés.

Tableau synoptique de la pêche artisanale en 1999.

Régions	NDP	Nombre de pirogues		Mise à terre (tonnes)	VCE x 1000
		Fleuve	Mer		
Dakar	16	0	2187	29687	9.907.739
Thiès	16	0	2627	219908	29.103.011
St-Louis	15	149	1670	32487	6.024.066
Fatick	65	988	646	10911	3.296.883
Ziguinchor	72	1943	420	17590	6.898.229
Louga	8	0	66	2636	481.330
Kaolack	3	11	0	417	118.120
Total	186	3091	7616	313.637	5582977

Nous venons ainsi de voir toute l'importance et la particularité d'un secteur de notre économie qui reste cependant mal connu et mal maîtrisé.

En effet, tout au long de cette partie nous avons envisagé de mettre en exergue le rôle que le secteur informel joue aussi bien sur le plan social en tant que amortisseur de la forte demande d'emploi par rapport aux possibilités qu'offre le secteur moderne, compte tenu des mesures de déflation, de l'arrivée de diplômés de l'enseignement supérieur et de l'exode rural entraîné par une sécheresse cyclique ; qu'au plan économique notamment avec sa participation au PIB qui est à hauteur de 52% ainsi que la valeur ajoutée créée par ses activités. En outre, le secteur informel joue un rôle de premier plan dans la rétention des masses monétaires au plan national et leur circulation à l'intérieur du pays. Sans avoir la particularité de créer systématiquement des individus richissimes à l'instar du secteur des nouvelles technologies comme l'informatique, le secteur informel a surtout le mérite d'établir une « borne inférieure » de la pauvreté touchant une large frange de la population.

Cependant, aussi capital que puisse être le rôle joué présentement par le secteur informel, force est de reconnaître que son efficacité peut bel et bien être

substantiellement améliorée si certaines contraintes liées à l'exercice des activités trouvent des solutions.

Parmi ces contraintes, nous avons les risques assurables pesant sur les activités de ce secteur.

Cependant, pour diverses raisons que nous traiterons par la suite, les assureurs ne sont pas encore parvenus à pénétrer ce marché d'une manière significative. Et pourtant, ce n'est ni la volonté, ni le besoin qui leur manque compte tenu de leur chiffre d'affaires (27 milliards) encore faible par rapport aux risques assurables du marché.

Ainsi donc l'élaboration d'une stratégie ou de stratégies de pénétration du secteur informel par les assureurs s'avère à l'heure actuelle nécessaire et pressente.

Pour contribuer à cette tâche, nous essaierons dans un premier temps d'identifier quelques facteurs de blocage notamment au chapitre 1 et en second lieu, nous traiterons d'une stratégie ou d'une synthèse de stratégies basée essentiellement sur le marketing mix.

TITRE II

**QUELLES STRATEGIES DE PENETRATION
POUR LES ASSURANCES ?**

TITRE 2 : QUELLES STRATEGIES DE PENETRATION POUR L'ASSURANCE

Chapitre 1 : FACTEURS DE BLOCAGE A L'ASSURANCE

Il n'est pas difficile de se rendre compte que les assurances ont une image particulière aux yeux des acteurs du secteur informel en général, image qui est très souvent différente de la réalité. Cette situation trouve son explication dans ce que nous appellerons les facteurs de blocage. Nous en distinguons essentiellement deux types :

- facteurs objectifs ;
- facteurs subjectifs.

Section 1 : Facteurs objectifs

Nous en dénombrons 3 types :

- le faible revenu pour certains acteurs ;
- le faible niveau d'instruction ;
- les moyens de concurrence à l'assurance.

A/ Faibles revenus pour certains acteurs

En effet, pour pouvoir penser à la souscription d'un contrat d'assurance, il faudrait disposer d'une certaine marge financière après le règlement de certaines obligations vitales telles la nourriture, le loyer, payer le transport pour se déplacer, etc. Et lorsqu'on se penche sur les revenus des acteurs du secteur informel, force est de reconnaître qu'ils sont caractérisés par une instabilité forte quant à leur régularité, et leur montant. En effet, même s'il est possible de retrouver des individus qui y gagnent des montants très au dessus de ce que l'on peut espérer dans le secteur moderne, ces cas restent exceptionnels par rapport à la grande masse. Cette faiblesse des revenus est

très marquée dans certaines activités telles que celles des cireurs de chaussures, des laveurs de voitures, des vendeurs de pains, réparateurs de radio, etc.

Cependant, si l'on ne peut pas dire que c'est tous les acteurs de l'informel dans leur totalité qui ont des revenus faibles, l'irrégularité de ces revenus semble pouvoir être érigée en règle.

Outre ces difficultés à pouvoir mettre de côté de l'argent pour souscrire un contrat d'assurance la plupart des travailleurs de l'informel ont un niveau d'instruction faible ce qui n'est pas pour faciliter leur compréhension des clauses contractuelles par exemple.

B/ Faible niveau d'instruction

L'une des caractéristiques premières des acteurs de l'informel est qu'on y trouve des individus dont le niveau d'instruction à l'école française est très bas.

En effet, 50%⁵ des acteurs du secteur informel n'ont pas dépassé le seuil de l'école primaire, ce phénomène se comprend quand on sait que jusqu'à un passé très récent, la base de l'exercice de certaines activités du secteur informel était l'échec scolaire. Ou bien leur âge d'entrée à l'école primaire était dépassé (pendant qu'ils étaient à l'école coranique) ou alors, c'est parce qu'ils n'ont pas pu réussir dans les études qu'ils se sont orientés dans le petit commerce par exemple. Il est à noter cependant que depuis les années 90 on note de plus en plus l'arrivée de personnes instruites et qui parfois sont même allées jusqu'au cycle universitaire : c'est le cas notamment des déflatés de la fonction publique, des départs volontaires et les diplômés de l'enseignement supérieur qui n'ont pas pu trouver du travail ailleurs. Ces nouveaux arrivés ne remettent pas en cause le constat du faible niveau d'instruction générale car représentant un nombre réduit par rapport à l'ensemble des acteurs ; notons cependant qu'ils représentent des interlocuteurs importants pour les assureurs en cas de communication avec les acteurs du secteur informel.

⁵ Ibrahima DIOUF : UNACOIS

Compte tenu de ce constat, la communication est souvent difficile entre l'assureur et un acteur du secteur informel quand il s'agit par exemple de l'explication et de la compréhension de certaines clauses du contrat d'assurance.

En effet, l'on s'en rend bien compte lorsqu'il s'agit d'expliquer à un assuré sinistré par exemple en automobile qu'il faut défalquer du montant fixé par l'expert automobile, la vétusté.

C/ Moyen de concurrence à l'assurance

Le milieu du secteur informel est aussi caractérisé par l'existence d'une forte solidarité entre ses membres face à la survenance d'un sinistre à l'un d'entre eux.

Cette solidarité est consolidée par leur appartenance dans leur quasi-totalité à des organisations religieuses, groupements (dont les membres exercent la même activité) ou Association de ressortissants d'une localité donnée. Entre les membres de ces GAO (Groupement, Association, Organisation) l'entraide est quasi spontanée atténuant ainsi les risques de ne pouvoir être en mesure de continuer à exercer son métier en cas de survenance d'un sinistre.

Par exemple chez les pêcheurs, lorsqu'il survient un accident lors d'une sortie en mer, entraînant une incapacité temporaire chez un pêcheur, ses frais médicaux et pharmaceutiques ainsi que ses charges familiales pendant toute la durée de l'incapacité sont couvertes par la vente des produits obtenus pendant ledit voyage. Sinon, c'est à dire si l'incapacité est survenue pour une raison non liée à une sortie en mer, les charges sont supportées par l'ensemble des produits des autres pêcheurs.

Outre ces moyens d'entraide que l'on pourrait qualifier de spontanés, il existe plusieurs autres moyens organisationnels que l'on retrouve dans le secteur informel et qui leur permettent en partie ou totalement de faire face aux conséquences d'événements de nature à entraver l'exercice de leurs activités. Parmi ces moyens, nous pouvons citer :

- les caisses mutuelles ;
- les financiers informels (tontine, caisse de solidarité sociales, prêteurs informels, émigrés/crédits fournisseurs, etc.) ;
- projet et ONG

A côté de ces facteurs objectifs, se trouvent d'autres facteurs liés essentiellement à des convictions personnelles ; mais assez bien partagées dans le milieu informel, que nous appellerons : les facteurs subjectifs.

SECTION 2 : Facteurs subjectifs

Nous en citerons essentiellement deux :

- Mauvaise presse de l'assurance et peur de l'appareil étatique ;
- la religion.

A/ Mauvaise presse des assurances et peur de l'appareil étatique

En effet, chez la plupart des acteurs du secteur informel, Assurance, renvoie à « tromperie » ; ce point de vue très répandu semble être véhiculé par ceux d'entre eux qui exercent dans le transport qui sont du reste pas nécessairement plus instruits que les autres mais, du fait de leurs activités et de l'obligation de souscrire l'Assurance Responsabilité Automobile, ont la possibilité de rentrer en contact avec l'assureur. Leur point de vue se fait lors du règlement d'un sinistre où la plupart des raisons et décisions de l'assureur échappent à leur entendement. En plus de cela, les assureurs, pour diverses raisons, telles que : le grand nombre de dossiers à traiter ne prennent pas souvent la peine d'expliquer à celui pour qui l'assurance a consisté « à verser périodiquement et obligatoirement de l'argent pour se voir en fin de compte indemniser d'un montant inférieur à ses dommages réels » les vraies raisons de cette opération et ses mécanismes.

Ceci d'ailleurs nous montre l'importance de la qualité des prestations de l'assureur en Assurance Auto sur les chances d'une pénétration plus ou moins aisée du secteur informel. En effet la plupart des transporteurs exercent des activités commerciales ou alors ont un réseau d'amis ou de collaborateurs dans d'autres activités du secteur informel, ils représentent donc une cible privilégiée et des vecteurs d'informations auprès de tous les potentiels clients de l'informel.

Outre l'image négative que se sont fait les agents du secteur informel sur l'assurance, nous avons comme autre facteur de blocage les suspicions qu'ils ont à l'égard de tout ce qui peut provenir de l'Etat.

En effet, du fait du constat que les acteurs du secteur informel ne sont pas en général en règle avec les services fiscaux, ils considèrent tout intérêt exprimé par l'Etat à l'égard de leurs activités comme une tentative d'estimation de leurs avoirs et de leur gain en vue d'une éventuelle imposition.

Les compagnies d'assurances, du fait de leur non appartenance au secteur informel et par la nature des renseignements qu'elles sollicitent auprès des prospects peuvent susciter cette même réticence auprès de ces agents du secteur informel si une approche adéquate n'est pas adoptée.

D'ailleurs ils ne comprennent pas souvent (pour la plupart d'entre eux) l'intérêt qu'à l'Etat à ce que tous les véhicules automobiles aient obligatoirement la garantie RC.

En dehors de ces facteurs liés à l'appréciation portée sur l'Assurance en général nous avons aussi le poids de la religion comme facteur de blocage.

B/ Poids de la religion

Le poids de la religion en matière d'Assurance se ressent surtout en Assurance vie.

Le Sénégal est un pays à 95% de musulmans ; et dans la religion musulmane, existe une interdiction formelle d'exercer tout jeu de hasard ou d'utiliser l'argent qui en proviendrait. Le problème qui se pose à ce niveau est que l'Assurance vie est considérée par beaucoup de religieux comme relevant du hasard ? ce point de vu n'est

pas uniquement celui des musulmans sénégalais, l'on en veut pour preuve le sermon du vendredi tenu par l'Imam de la grande mosquée de Yaoundé durant le mois de Septembre 99 interdisant aux fidèles la souscription d'assurance sur la vie qui selon lui doit être bannie puisque relevant du jeu de hasard.

Cependant, cette contrainte ne paraît pas insurmontable pour les assureurs si l'on considère le succès qu'ont eu les jeux de la loterie comme le PMU auprès de la population sénégalaise. Jeux qui relèvent essentiellement du hasard.

Après avoir parcouru quelques facteurs de blocage pour une bonne pénétration de l'assurance dans le secteur informel, nous allons à présent traiter d'une stratégie qui nous paraît porteur malgré les contraintes dont nous venons de parler.

Pour ce faire, nous distinguons deux étapes :

La première consistera à poursuivre et à consolider les politiques déjà initiées au Sénégal par les assureurs en vue de pénétrer le secteur informel.

La seconde portera sur les améliorations à apporter à la stratégie actuelle.

Chapitre 2 : Poursuite et consolidation des politiques déjà initiées.

Diverses politiques pour couvrir le secteur informel ont été initiées par les assureurs cependant, force est de reconnaître qu'elles n'ont pas encore atteint les résultats escomptés.

Ces résultats mitigés obtenus trouvent leurs raisons à deux niveaux : d'une part les facteurs de blocage dont nous venons de traiter et d'autre part l'approche sectorielle adoptée jusqu'à présent par les compagnies. Nous reviendrons sur ce dernier point au chapitre 3.

Parmi ces tentatives, nous pourrions citer :

- le projet d'assurance des marchés (Incendie, responsabilité civile) ;
- l'expérience de la caisse de sécurité sociale ;
- l'assurance des pirogues de pêche artisanale.

1°) Projet d'assurances des marchés (Incendie responsabilité civile).

En Août 1996, précisément les 26 et 27, un séminaire a été organisé par la Direction de la protection civile portant sur « les problèmes de sécurité dans les marchés ».

Ce séminaire a regroupé divers spécialistes en matière de sécurité et de protection civile tels que le Président de l'association des maires, le Groupement National des Sapeurs Pompiers, la SENELEC entre autres et spécialement nous pouvons noter la participation de la Fédération Sénégalaise de Sociétés d'Assurances (FSSA) par son Secrétaire Général Mamadou Racine Bathily et Déthié Aw, ces derniers ont fait une intervention portant sur la couverture des sinistres dans les marchés.

L'opportunité et l'actualité de ce thème n'ont nullement besoin d'être démontrés. En effet, le ministre de l'intérieur dans son discours d'ouverture disait : « Notre pays a enregistré, entre 1993 et 1996 au moins huit incendies de marche qui

pour la plupart ont provoqué des dégâts considérables et anéanti des années d'intenses efforts et de privations. C'est le cas de l'incendie du marché Kermel en 1993, de ceux de Saint Maurice des fossés (Ziguinchor) et de Ndoubé DIOP (Diourbel) en 1995. L'année 1996 n'a pas plus été épargnée avec des incendies des magasins ou cantines à Louga, Sahm Guédiawaye, Sandaga Parcelles Assainies et marché central de Thiès ». Ceci, montre bien l'importance de la question traitée.

A l'issue de ce séminaire diverses recommandations ont été faites dont les 29^{ème} et 30^{ème} portaient sur la création d'un groupe du travail devant réfléchir sur les modalités de couverture des risques assurables dans nos marchés, sur la généralisation de la souscription d'une police d'assurance.

C'est ainsi qu'en Octobre 1996 la FSSA mis en place une proposition de police des marchés du Sénégal ; dans laquelle on trouve :

- un questionnaire commune ;
- police commune ;
- questionnaire exploitant
- police exploitant ;
- un tarif à lecture directe exploitant.

Les deux risques couverts sont notamment l'incendie-explosion et responsabilité civile exploitant.

Cependant, il faut reconnaître que malgré tous ces efforts qui ont été fournis, ce projet d'assurance de nos marchés n'a pas encore atteint tous ses objectifs. Le retard noté dans la commercialisation de ce produit est-il dû à un manque de diligence de nos compagnies ou au peu d'intérêt porté par les destinataires à ce produit ?

En attendant de trouver la réponse à cette question, nous pouvons d'ores et déjà dire que ces projets de contrats réalisés par la FSSA représentent un acquis très important dans le défi de pénétration du secteur informel.

Et comme autres politiques initiées au Sénégal nous pouvons citer l'Assurance des Pirogues de pêche artisanale.

2°) L'assurance des pirogues de pêche artisanale

Comme nous l'avons vu précédemment, la pêche artisanale joue un rôle d'une importance capitale dans l'économie sénégalaise.

Cependant, malgré son rôle de premier plan, l'exercice de ses activités reste sans protection face à certains risques auxquels les pêcheurs sont souvent exposés.

Ce manquement a été assez bien compris par certains assureurs qui dès les années 95 - 96 ont commencé à réfléchir sur un produit destiné aux acteurs de la pêche artisanale.

Après plusieurs séries de recherche, d'enquête et de réunions avec les responsables de la Fédération des Pêcheurs Artisanaux, des pêcheurs eux-mêmes ; un produit a été mis au point pour la couverture de leurs activités.

En effet, deux compagnies de la place ont profondément travaillé à la confection du produit et à l'heure actuelle l'une d'entre elle a même reçu le visa du ministère pour la commercialisation.

Il faut reconnaître que malgré tous ces efforts, le produit a du mal à connaître un réel succès du fait de certains blocages.

Ces blocages auront pour nom la cherté du produit évoquée par les pêcheurs, l'inhabitude de ces derniers à recourir à l'assurance en cas de sinistre (les pêcheurs ayant leur propre forme de solidarité, quelque soit son efficacité)⁶ cette situation étant aidée par le manque de dispositions réglementaires concernant l'assurance dans leurs activités de pêche.

A l'analyse de cette situation, et malgré la concurrence régissant les relations entre les compagnies, et au delà de l'intérêt de telle ou telle autre compagnie, toute l'industrie des assurances gagnerait à ce qu'un pool soit constitué pour la commercialisation et la vulgarisation de ce produit, autrement, la situation actuelle

⁶ Voir facteurs de blocage

risque de perdurer au détriment de toutes les compagnies d'assurances, du secteur de la pêche et de toute l'économie nationale d'une manière Générale.

L'on retrouve comme garantie dans le produit confectionné :

- 1) Garantie sur « corps, moteurs, matériel de pêche et de sécurité »
- 2) Garantie « Responsable Civile »
- 3) Garantie « Défenses Recours »
- 4) Garantie « Individuelle Marine »

Voir en annexe les sinistres survenus en mer pour l'année 1999 dans la pêche artisanale.

Source Direction de la pêche artisanale.

3°/ L'EXPERIENCE DE LA CAISSE DE SECURITE SOCIALE

Après le désir exprimé du chef de l'Etat au ministre du travail et de l'emploi à l'Ipres et à la caisse de sécurité sociale d'étendre leur prestations au secteur informel, lors de son discours du 1^{er} mai 1996 pour la faite du travail, un groupe de travail chargé de préparer une journée d'étude sur la question a été crée par la caisse de sécurité sociale.

Ce groupe avait pour mission de réfléchir sur les points suivants :

- la population visée
- le salaire de référence
- les prestations à fournir
- les taux de cotisation et leur échéance
- les modalités de service des prestations.

Une journée d'étude s'est tenue le 22 Mai et les travaux se sont fait dans trois ateliers :

Atelier 1 : Assurance volontaire contre les accidents du travail et les maladies professionnelles

Atelier 2 : Assurance vieillesse

Atelier 3 : Assurance Maladie

A l'issue de ces ateliers, diverses recommandations ont été adoptées ; et il a été décidé de la mise en oeuvre d'une campagne d'information et de sensibilisation à partir du 25 Juillet 1996 ; campagne qui est allée jusqu' au 30 Septembre 1998. A partir de cette date, la campagne de sensibilisation devait laisser la place à celle d'adhésion jusqu'en Octobre 1998 date à laquelle le projet devrait être évalué en présence des autorités de tutelle de l'ensemble des groupements professionnels concernés. A l'évaluation, le constat a été que les résultats obtenus sont très en deçà de ce qui avait été espérés.

Ainsi, plusieurs obstacles ont été décelés parmi lesquels nous avons :

- Des difficultés de mobilisation : C'est ainsi que par exemple certains acteurs, du fait des difficultés qu'ils rencontrent pour s'installer durablement ne jugent pas opportun de consentir certains types d'investissement, ou alors veulent compter sur la caisse de sécurité sociale pour la résolution de ce problème.

Autre exemple, à Kaolack où la CSS s'est heurtée à l'incompréhension des cibles, certains allant même jusqu'à solliciter la caisse pour l'obtention de marchés publics.

- Des obstacles psychologiques :

Du fait du manque de communication, avec l'extérieur notamment concernant son système de cotisation , nombre d'acteurs du secteur informel ne voyait à travers la CSS que l'aspect paiement et non l'aspect cotisation

- obstacles économiques liés moins au pouvoir d'achat des artisans, qu'à leur gestion de leur gain avec des cotisations de 60 F par jours pour certains produits.
- obstacles de type institutionnel la Volonté des pouvoirs publics de les mettre dans des conditions de nature à leur donner des capacités de négociation par le bais de la chambre de métier, n'est pas toujours bien comprise en retour.

C'est en tenant compte de tous ces obstacles qui ont été décelés, et des perspectives qui ont été identifiées par la caisse après ses conclusions, que les assureurs pourront, tout en diminuant sensiblement le risque d'échec, entreprendre quelque tentative de pénétration.

CHAP 2 : Les Améliorations à apporter dans la stratégie actuelle.

Après avoir traité des expériences les plus remarquables en matière d'assurance des risques liés au secteur informel, nous allons procéder à présent à l'identification et à l'explication des améliorations que l'on pourrait apporter à la stratégie adoptée jusqu'à présent :

Il sera question notamment de revoir l'approche jusqu'à présent adoptée dans sa globalité et ensuite de voir quels produits pilotes appropriés pourront être mis en place.

Section 1 : Nécessité d'une approche ensembliste :

A) JUSTIFICATIONS :

Une approche de pénétration du secteur informel, pour avoir toutes les chances de réussir, devrait engager tous les acteurs du marché d'Assurance en général et en particulier toutes les compagnies d'assurance.

En effet les facteurs de blocage sont tels qu'à l'heure actuelle il faudrait une grande mobilisation aussi bien sur le plan humain que sur le plan financier.

Depuis quelques années, des expériences ont été tentées çà et là, mais qui sont toutes restées résiduelles. Ceci est compréhensible car, la volonté d'une seule ou de deux compagnies pourra difficilement changer la mentalité collective ou le point de vue général que les acteurs du secteur informel se sont fait sur les assurances ; vue le grand nombre d'individus concernés et l'étendue de leur domaine d'activité.

En outre, les quelques compagnies qui ont eu à expérimenter des polices destinées à couvrir des activités du secteur informel pourront apporter leur expérience dans le cadre d'une politique générale regroupant toutes les compagnies d'Assurances.

L'aplanissement de tous les obstacles qui empêchent les compagnies d'Assurance de mener à l'heure actuelle une politique d'ensemble pour pénétrer le secteur informel, nous semble d'une manière évidente beaucoup plus bénéfique pour l'industrie des Assurances, à moyen et long terme que l'approche qui consiste pour chaque compagnie à établir sa propre politique.

Précisons que cette approche d'ensemble qui, du reste, devra intégrer aussi la participation des courtiers, des intermédiaires en général, ne sera pas destinée à être éternelle, mais juste le temps de bien asseoir certains réflexes au sein des acteurs du secteur informel, et seulement après cela chaque compagnie pourra définir sa propre politique de souscription et de marketing.

Pour réaliser cet objectif, les compagnies devront mettre en place un certain nombre de moyens, qui seront l'objet du paragraphe suivant.

B) LES MOYENS D'UNE POLITIQUE COMMUNE

Tout d'abord il faudra, outre une volonté commune, une bonne conscientisation de tous les décideurs du secteur des Assurances sur l'importance que représente le secteur informel dans l'économie nationale en général, et pour le développement du marché des Assurances en particulier.

Sur ce point nous pensons que les dirigeants des compagnies ont un point de vue assez bien éclairé malgré l'état actuel de la situation.

Cependant il ne suffit pas de comprendre ce que représente le secteur informel et d'attendre que les pouvoirs publics rendent obligatoire telle assurance ou telle autre pour assurer une bonne pénétration. Bien au contraire nous pensons que les assureurs devraient se décider à aller vers ces opérateurs d'une manière effective en créant d'abord ce qu'on pourrait appeler « une commission du marché informel ». Cette commission serait composée des représentants de chaque compagnie. Elle sera chargée de réfléchir sur une politique globale et commune pour la couverture de certains risques qu'elle jugera assurables ou alors des moyens pour contourner certains obstacles telles que la comptabilité afin d'élargir au maximum le champ de souscription.

Cette commission se chargera en outre d'organiser des rencontres avec les intermédiaires en générale afin d'atteindre une plus grande sensibilisation.

Et dans un troisième temps, les rencontres périodiques seront organisées avec les organisations professionnelles groupements (UNACOIS, GES, Chambres des Métiers, CNPS, etc.). La commission pourra être mise sous la tutelle de la fédération Sénégalaise des sociétés d'assurance.

Son budget de fonctionnement concernant notamment les charges liées aux rencontres qu'elle aura à organiser pourrait être couvert par un pourcentage du chiffre d'affaire de chaque compagnie.

La commission pourrait en outre réfléchir sur la manière de mettre à profit pour atteindre ses objectifs, la cible déjà constituée par l'ensemble des portefeuilles TPV des compagnies, tout au moins en ce qui concerne les grands transporteurs détenteurs de plusieurs véhicules, le lien est que, il n'existe pas d'étanchéité entre les transporteurs et les autres acteurs du secteur informel, bien au contraire l'on retrouve très souvent des transporteurs propriétaires de magasins de commerces ou vice versa, de telle sorte qu'ils constituent une cible privilégiée pour atteindre les autres acteurs.

Cette commission pourrait être constituée pour une durée de 3 à 4 ans, le temps d'atteindre la cible visée en leur proposant des produits appropriés à des prix adéquats dans un cadre communicationnel de proximité.

Ceci nous amène à parler à présent de la cible, des produits, des prix et du système de communication à mettre en place pour une bonne pénétration du secteur informel.

SECTION 2 : MISE EN PLACE D'UN MARKETING MIX

Pour la durée pilote de 3 à 4 ans, la commission devra déterminer une cible de pénétration, l'approcher dans un but d'une bonne sensibilisation en lui proposant notamment des produits d'une conception simple et en nombre limité suivant des prix adéquats.

A) Cible de pénétration :

Il ne s'agira pas de se fixer comme objectif, de faire souscrire tous les acteurs du secteur informel notamment au petit cireur du quartier un contrat d'assurance durant la période pilote. Il sera essentiellement question de sensibiliser certaines personnes du secteur, personnes qui seront préalablement choisies avec munitie.

En effet, il existe plusieurs organisations professionnelles autour desquelles se sont organisés les acteurs du secteur informel pour organiser leurs activités. Ces organisations et groupements souvent très biens organisés représentent des milieu à haute influence ;

Pour cette raison, et malgré la démocratie qui règne au sein de ces structures, une grande sensibilisation sur les produits d'assurance des dirigeants, aura très probablement une répercussion positive sur un nombre non négligeable de membres.

Outre ces dirigeants, l'on peut cibler toute personne exerçant dans le secteur et ayant une certaine influence sur les acteurs de l'activité visée.

En effet certains agents, de par leur poids financiers, religieux, ou culturel occupent cette position.

En plus de ces deux catégories de cibles l'on peut faire un tri au niveau de l'ensemble des portefeuilles T.P.V. des différentes compagnies afin de lister les transporteurs propriétaires de parc automobile en nombre important dans le transport. Cette base de données constituée pourra être sensibilisée d'une manière plus directe, et la probabilité d'une bonne compréhension y est plus élevée car tous les ciblés sont déjà en portefeuille et sont plus ou moins habitués à l'assurance (Automobile).

En résumé, nous dirons que dans un premier temps à la quantité, il faudra préférer la conviction et une bonne compréhension par les ciblés, des tenants et des aboutissants des produits d'assurances qui leur seront proposés.

Ceci nous amène à présent à traiter des types de produits qui serviront à ce marketing de pénétration.

B) LES PRODUITS :

En dehors de l'assurance des pirogues et de l'assurance des marchés, il sera surtout question de mettre en place de nouveaux produits adaptés non seulement aux besoins du secteur informel mais surtout adaptés à leur niveau d'instruction et à leur revenus.

En d'autres termes il faudra des produits de compréhension et de mise en oeuvre simples. A titre d'exemple, nous parlerons essentiellement de deux risques dont l'assurance nous semble être possible, et pourra aider à une meilleure couverture du secteur informel.

Il s'agit du risque de vol des « taxaplus » dans les télécentres et de la couverture maladie des familles des acteurs du secteur informel.

Concernant l'assurance contre le vol des « taxaplus » dans les télécentres elle devra être systématisée.

En effet, avec le développement des télécommunications et de la téléphonie en particulier, on a noté la création d'une multitude de télécentres. Ces télécentres sont des espaces aménagés tantôt dans les maisons, tantôt dans un espace à côté des lieux publics et qui "vendent des liaisons téléphoniques" suivant un nombre d'unités mesuré par un compteur appelé "Taxaplus". Cette activité est de création récente, et occupe un

nombre important d'individus au Sénégal. Elle relève du secteur informel, car souvent gérée par une personne ou deux et ne tiennent pratiquement pas de comptabilité. Une petite enquête nous a permis de savoir que l'un des risques les plus importants auxquels ces télécentres sont exposés est bien le vol de ces « taxaplus ».

En effet, le vol d'un « taxaplus » arrête immédiatement l'activité du télécentre si celui-ci n'a qu'une seule ligne, sinon il réduit fortement le chiffre d'affaire et entraîne des frais non négligeables pour le remplacement de l'appareil volé.

En effet, un « taxaplus » ne coûte pas moins de 100.000 F CFA et quand on sait que les locaux abritant le télécentre sont souvent loués, on comprend aisément les difficultés auxquelles le propriétaire de l'unité pourrait être confronté.

Ceci montre l'opportunité qu'il y a, à penser à la couverture de ces télécentres où qu'ils se trouvent, contre le vol des taxaplus, ce qui nous paraît techniquement et légalement faisable.

Il y a, à l'heure actuelle 11.700⁷ lignes destinées à ces télécentres, chaque ligne correspondant à un taxaplus.

En outre, si l'on fait quelques simulations en considérant différents cas au niveau du nombre de vols on aura, à titre indicatif :

1/ Cas où 11.700 taxaplus assuré / 11.700

Nombre de vols /an	Primes pures / an
50	427 F CFA
70	598 F CFA
100	855 F CFA
150	1282 F CFA
200	1709 F CFA
300	2564 F CFA

⁷ Source SONATEL

2/ Cas où 8000 taxaplus assuré / 11700

Nombre de Vols / an _____	Primes pures / an
50 _____	625 F CFA
70 _____	875 F CFA
100 _____	1250 F CFA
150 _____	1875 F CFA
200 _____	2500 F CFA
300 _____	3750 F CFA

Le prix d'un taxaplus est supposé à 100.000.

Ces deux tableaux nous montrent en plus de l'effet psychologique dû à la simplicité, qu'avec des primes techniques aussi faibles, en plus des chargements qui pourront d'ailleurs être assez importants, la prime totale sera toujours à la portée des assurables.

Concernant le nombre de vol, une recherche au niveau des services concernés, pourra nous procurer un nombre assez proche du réel.

Notons que la même étude pourra être faite concernant les salons de coiffure (femmes) et les salons de couture entre autres.

En ce qui concerne l'Assurance maladie pour les familles des acteurs du secteur informel, la différence d'avec les contrats maladie classique se situera essentiellement sur la prestation médicale d'une part et de l'autre sur les remboursements au titre de frais médicaux et pharmaceutiques.

En effet, pour faire face aux faibles revenus caractérisant certaines tranches de la population du secteur informel, qui d'ailleurs évoquent souvent ce fait pour se désintéresser de l'Assurance Maladie en couverture de leur famille, l'on peut adapter le produit Maladie en fonction de leurs revenus.

Ceci sera possible en travaillant pour cette couverture non plus avec les hôpitaux mais avec les postes de santé.

En effet, on retrouve au Sénégal un grand nombre de postes de santé. Ces structures médicales ont la particularité d'être assez proches des populations. On les retrouve dans presque tous les quartiers. Elles sont de création récente et sont très sollicitées par les populations qui trouvent leurs tarifs à portée de leur bourse.

En effet, l'accès pour les adultes à ces postes de santé ne dépasse pas 300 F CFA tandis qu'il est de 150 F CFA pour les enfants.

Les malades peuvent en outre trouver la plupart de leurs médicaments prescrits sur place à la pharmacie du poste, produits qui leur sont vendus à un prix fortement rabaisé par rapport aux prix qu'on retrouve dans les pharmacies classiques.

Par conséquent, un remboursement basé sur les tarifs de ces postes de santé aura une charge de sinistre beaucoup moins importante pour les compagnies et permettra d'assurer une plus large couverture médicale de la population.

Outre cet intérêt, ce produit servira assurément de ticket d'entrée en portefeuille des agents du secteur informel vu sa nature et sa largesse de couverture.

Notons que, tous ces produits proposés présentent la particularité de la simplicité dans la compréhension des garanties et surtout, un prix à la portée des travailleurs du secteur informel.

C/ Prix d'entrée

Pour maximiser les chances d'intéresser définitivement les travailleurs du secteur informel aux produits d'assurances qui leur seront proposés, les compagnies d'Assurance devraient accepter, tout au moins dans un premier temps de les vendre à un prix défiant toute concurrence.

En effet, l'une des raisons les plus évoquées par ces travailleurs du secteur informel est le montant élevé de la prime à payer par rapport à leurs revenus. Cela a

été le cas lors des périodes de sensibilisation au niveau des pêcheurs artisanaux par exemple.

Nous pensons que la réduction de la prime jusqu'à sa "borne inférieure technique" pendant une période de 3 à 4 ans doublée d'une campagne promotionnelle efficace pourra avoir des répercussions positives sur l'adoption des produits visés.

Nous entendons par "borne inférieure technique" la prime qui exclut toute recherche de bénéfice, qui permet juste de faire face aux charges de sinistre.

Cette prime sera une prime promotionnelle, elle sera susceptible d'intéresser le maximum de travailleurs assurables.

Ceci ne rentre nullement pas en contradiction avec ce qui a été dit dans le paragraphe concernant la cible car si au niveau de la cible l'accent est mis sur un certain nombre de personnes pour leur position, il n'en demeure pas moins que l'objectif visé derrière ce choix est d'abord, une bonne compréhension par l'ensemble des acteurs du secteur informel, de ce qui leur est proposé, en passant par certaines personnes d'influence pour qu'en fin de compte, qu'ils souscrivent en masse aux contrats proposés.

D/ Communications

C'est l'aspect le plus important de toute stratégie de pénétration d'un secteur donné. Une bonne partie des chances de relever ou non le défi de pénétrer le secteur informel dépend de la qualité de la communication mise en place.

En effet, compte tenu de la nature spécifique de ce secteur, nature que nous avons évoquée auparavant mais dont nous rappelons quelques traits tels que : faible niveau d'instruction ; manque de culture en Assurance ; tendance à penser que seul l'assureur a un intérêt dans les affaires proposées etc. ; compte tenu donc de ces facteurs, la communication qui sera instaurée devra être différente de celle qu'on a observée jusqu'à présent. Il ne s'agit plus d'envisager des mailing ou de faire des phoning ou encore moins de faire des affiches.

Il s'agira au contraire de susciter des rencontres effectives et fréquentes avec les ciblés, de faire des émissions à la radio en langues nationales, des sketches télévisés.

Lorsqu'il sera question d'envoyer des commerciaux, ils pourront être choisis dans le milieu du secteur informel, après une formation sur la nature des contrats à commercialiser. Aussi sera-t-il judicieux de leur accorder un taux de commission suffisamment motivant pour une durée de 3 à 4 ans. L'intérêt de ce choix réside dans l'acceptation par les assurables du contact établi, qui s'en trouvera plus facilité. En effet, la majorité des travailleurs du secteur informel ont des préjugés (fondés ou non) sur toute personne venant du secteur moderne ou présentant les caractéristiques de personnes scolarisées ; ces préjugés sont souvent de nature à gêner considérablement la compréhension des messages qu'on cherche à véhiculer dans les communications.

La communication se fera aussi et surtout avec toutes les organisations socio-professionnelles travaillant dans une activité visée par un produit, sans exclusive.

Pour finir, nous dirons qu'un produit qui nécessite de la part des adhérents de sortir de l'argent, a besoin de donner la preuve de sa fiabilité pour s'imposer ; c'est pourquoi la médiatisation du règlement des premiers sinistres contribuera pour beaucoup à cet objectif.

CONCLUSION

Notre objectif, rappelons-le, était de dégager des voies et moyens afin de permettre une meilleure pénétration des Assurances dans le secteur informel.

Pour ce faire, nous avons dans un premier temps essayé de définir ou plutôt de dire ce que l'on pourrait entendre par secteur informel, aussi bien au niveau de la définition du concept qu'au niveau de ses composantes. Il a été question, à la suite de cette première phase de montrer l'importance de ce secteur dans l'économie nationale.

En terme de production, il a participé pour près de 2000 milliards de francs CFA, en 1996 et a contribué à la valeur ajoutée réalisée à hauteur de 1457,83⁸ milliards de francs CFA. Au plan de l'emploi, l'effectif employé dans le secteur informel s'élevait à 1.261.805 individus en 1996 et le montant total des rémunérations s'élevait à 73,422 milliards. En outre, le secteur informel contribuait en cette même année pour près de 52% à la formation du produit intérieur brute (PIB).

Ces chiffres nous dispensent de toute tentative de démonstration de l'importance du secteur informel dans l'économie sénégalaise. Et au vue de l'évolution des rapports entre les pouvoirs publics et acteurs du secteur informel durant les années 90 jusqu'à nos jours, évolution caractérisée par une volonté accrue des pouvoirs publics à aider à une meilleure organisation, et une plus grande productivité des activités du secteur informel ; aidé en cela par l'arrivée massive des diplômés de l'enseignement supérieur et des départs volontaires ; l'on peut raisonnablement penser que ces chiffres de 1996 ont dû connaître des hausses significatives.

Dans ce contexte, une stratégie de pénétration par les assurances de ce secteur devra passer nécessairement par le diagnostic des contraintes que nous avons appelées facteur de blocage, l'identification des acquis et de leur consolidation et dans un dernier temps la reconsidération de la stratégie globale observée jusqu'à nos jours par les compagnies d'assurance qui a consisté à faire « chemin seul », de la mise en place d'un marketing mix combinant bon choix de la cible, une mise en place de produit

⁸ DPS/MEFP : note sur le secteur informel

d'entrée dans le marché à des prix incitatifs et enfin une communication de proximité adaptée aux réalités du secteur informel.

Ainsi, l'application de ce marketing mix pourra - t - elle être étudiée et effectuée par une « commission du secteur informel » dont les membres seraient composées par les représentants des compagnies d'assurances, commission qui pourrait être financée pour sa durée d'existence qui ne dépassera pas 5 ans par un pourcentage des chiffres d'affaires réalisés par les compagnies d'assurances.

Par ailleurs, et toujours dans un souci d'une bonne pénétration du secteur informel, les compagnies ayant déjà conçu des produits destinés à ce secteur pourraient apporter toute l'expertise nécessaire à cette dite commission et notamment mettre à sa disposition les données techniques concernant ces produits (Assurances des pirogues artisanales).

Cette concession de la part de ces dites compagnies suscitera sans conteste un intérêt accru de la part des assurables suite à la communication d'envergure à la quelle toutes les compagnies auront à participer. Pour finir, précisons que ce même modèle pourra être appliqué à l'assurance sur la vie ; cependant, il faudra constater que les contraintes y seront de loin plus fortes compte tenu des revenus actuels de la majorité des acteurs de l'informel, et de la nature des contrats vie basés sur de longues années face au fatalisme prononcé qui anime la vie de cette frange de la population active, fatalisme qui n'a d'égal que leur ardeur au travail.

Néanmoins, nous sommes convaincus qu'une pénétration réussie du secteur informel par les assurances notamment dans sa branche non-vie engendrera assurément une synergie au niveau de l'assurance vie.

SIGLES ET ABREVIATIONS

D.P.S :	Direction de la Prévision et de la Statistique
M.E.F.P :	Ministère de l'Économie des Finances et du Plan
B.I.T :	Bureau International du Travail
F.S.S.A :	Fédération Sénégalaise des Sociétés d'Assurance
C.N.P.E.S :	Collectif National des Pêcheurs Artisans du Sénégal
UNACOIS :	Union National des Commerçants et Industriels du Sénégal
G.E.S :	Groupement Economique du Sénégal
C.S.S :	Caisse de Sécurité Sociale
P.I.B :	Produit Intérieur Brut
P.M.U :	Pari Mutuel Urbain
G.A.O :	Groupement Association Organisation
R.C :	Responsabilité Civile
T.P.V :	Transport Public de Voyageurs
I.P.R.E.S :	Institut de Prévoyance Retraite du Sénégal

ANNEXE 1

I - PRODUCTION

1. Habillement - Cuir

Tissage
Tailleur - Couture
Fabrication de chaussures
Fabrication d'oreillers et de matelas
Fabrication de malles et valises
Tapisserie - garnissage
Teinture
Confection de chapelets

2. Bois

Menuiserie - Ebénisterie
Sculpture sur bois
Imprimerie

3. Métal

Forge - Fonderie
Menuiserie métallique
Ferrailage
Bijouterie

4. Matériaux de construction

Poterie
Carrelage - Briquetage

5. Travail de grain

Moulin à mil
Pileuses de mil

6. Industries alimentaires

Pâtisserie

II - CONSTRUCTION - BATIMENT

Maçonnerie - tâcheronnat
Plomberie
Peinture - Décoration

III - SERVICES

1. Réparation véhicules

Mécanique auto/garage
Tôlerie - Peinture - Soudure
Réparation moto/vélo
Réparation pneu

2. Réparation électricité

Réparation froid
Réparation radio/TV
Electricité auto

3. Aliments et produits préparés

Petits restaurants
Dibiterie
Tangan

4. Autres services

Réparation machines à calculer et à coudre
Réparation horlogerie
Réparation de lunettes
Réparation de fourneaux
Réparation de sacs
Nettoyeurs
Location de chaises
Blanchisserie
Coiffure - Tressage
Photocopie
Artiste peintre
Réparation de lits

IV - DIVERS

Boucherie
Vente de fruits, légumes et aliments
Vente de cassettes, tissus et autres produits
Manufacturés
Vendeurs divers
Friperie
Boutiques

Marchands de poissons
Vente de bois
Vente de charbon
Quincaillerie
Vente d'appareils ménagers
Magasins d'art
Vente de pièces détachées
Vente de ciment
Vente de housse
Vente de savons noirs fabriqués
Vente d'emballages récupérés
Vente de produits d'art
Vente d'huile auto
Vente de sacs de riz
Vente de batteries
Vente de cola
Vente de contre-plaqués
Vente de paille
Fleuristes
Vente d'oreillers
Vente de mobilier
Vente de toits
Vente de jarres
Vente de livres
Commerce divers

V - TRANSPORTS

Pouss-pousse
Cars rapides
Taxis bagages
Taxis clandos

TABLEAU SYNOPTIQUE DES CONFLITS EN MER

1992 - 1999

Années	Nbre cas Enrg.	Typologie des accidents				Montants Déclarés en F CFA	Montants Perçus	Nbre de Cas réglés
		Destr. Engins de Pêche	Collis.	Chavire Ment	Nbre de Naufrag. Pertes en vies Humaines			
1992	29	25	04	-	31	18 776 970	6 799 596 FRS	10
1993	54	45	08	01	38	23 433 200	2 390 800 FRS	10
1994	44	27	05	12	46	26 672 323	6 869 900 FRS	11
1995	48	36	03	09	33	26 847 375	2 135 000 FRS	09
1996	66	55	03	08	21	57 770 493	20 127 750 FRS	24
1997	51	44	03	04	33	48 189 950	11 107 000 FRS	22
1998	55	50	03	-	32	22 139 446	4 527 500 FRS	27
1999	197	148	0	149	115	456 848 664	3 701 500 FRS	14
Total	544	330	29	183	349	680 678 421	57 659 046 FRS	127

2000

NB : la présente situation est arrêtée au 27 Août 1999.

31 octobre 1999

1 numéro 1999 est en cours de traitement par les services CINDY

BIBLIOGRAPHIE

- DPS/MEFP - Note sur le secteur informel Sénégalais
- FALL (Babacar) - Ajustement structurel 1996 et emploi au Sénégal 1995
- M.P.T.M / Direction de l'Océanographie et des Pêches Maritimes.
- DPS - Programme Cadre III renforcement des Capacités de Planification et de gestion de l'économie Nationale.
- Cellule d'Appui à l'Approvisionnement des Entreprises.
Le secteur informel au Sénégal : Recensement et synthèse des Etude. Ami 1991.
- BIT SENE (Soce) - Le secteur informel sénégalais : concepts, définitions, caractéristiques et éléments de réflexion pour une politique d'appui au secteur février 1995.
- Direction de la Protection Civile - Séminaire sur les problèmes de sécurité dans les marchés, Dakar 26 et 27 Août 1996.
- F.S.S.A. - Proposition de police des marchés au Sénégal.

TABLE DES MATIERES

- Dédicaces	
- Remerciements	
- Sommaire	
INTRODUCTION	1
LE SECTEUR INFORMEL SENEGALAIS	
Définition et composantes	5
Définitions	5
Approche Multicritères	6
Approche Fonctionnelle	8
Approche Institutionnelle	9
Approche Descriptive	10
Composantes principales	12
Apport dans l'économie nationale	
• Emploi	13
Effectifs	13
Rémunération	14
• Production investissement et Fiscalité	15
Production	15
Investissement	16
Fiscalité	17
• Pêche artisanale	19
STRATEGIE DE PENETRATION	22
• Facteurs de blocage	22

Facteurs objectifs	22
Facteurs subjectifs	25
• Poursuite et consolidation des politiques déjà initiées	28
Projet d'assurance des marchés	28
L'assurance des pirogues de pêche artisanale	30
L'expérience de la caisse de sécurité sociale	31
• Les améliorations à apporter dans la stratégie actuelle	33
Nécessité d'une approche ensembliste	33
Mise en place des marketing mix	36
Cible de pénétration	36
Les produits	36
Les prix d'entrée	40
La communication	41
CONCLUSION	43
ABREVIATION	
ANNEXES	
BIBLIOGRAPHIE	

