

**INSTITUT INTERNATIONAL DES
ASSURANCES**

BP 1.575 TELEX : 8730 KN

TEL : 20-71-52 FAX : 20-71-51

YAOUNDE

REPUBLIQUE DU CAMEROUN

**Mémoire de fin de formation
Cycle III/ Diplôme d'Etudes Supérieures d'Assurances**

Thème : ASSURANCE ET SECTEUR INFORMEL

CAS DE L'ASSUREUR VIE AU NIGER

Présenté

Sous la direction de :

**Monsieur ALOU ABOUBACAR
Chef de service VIE / UGAN
Diplômé de l' I.I.A.
DESA / 10^e Promotion**

Soutenu publiquement par :

**Mme KANE ASSAMAOU
Etudiante à l'IIA / DESA
Cycle III / 1994 -1996**



SOMMAIRE

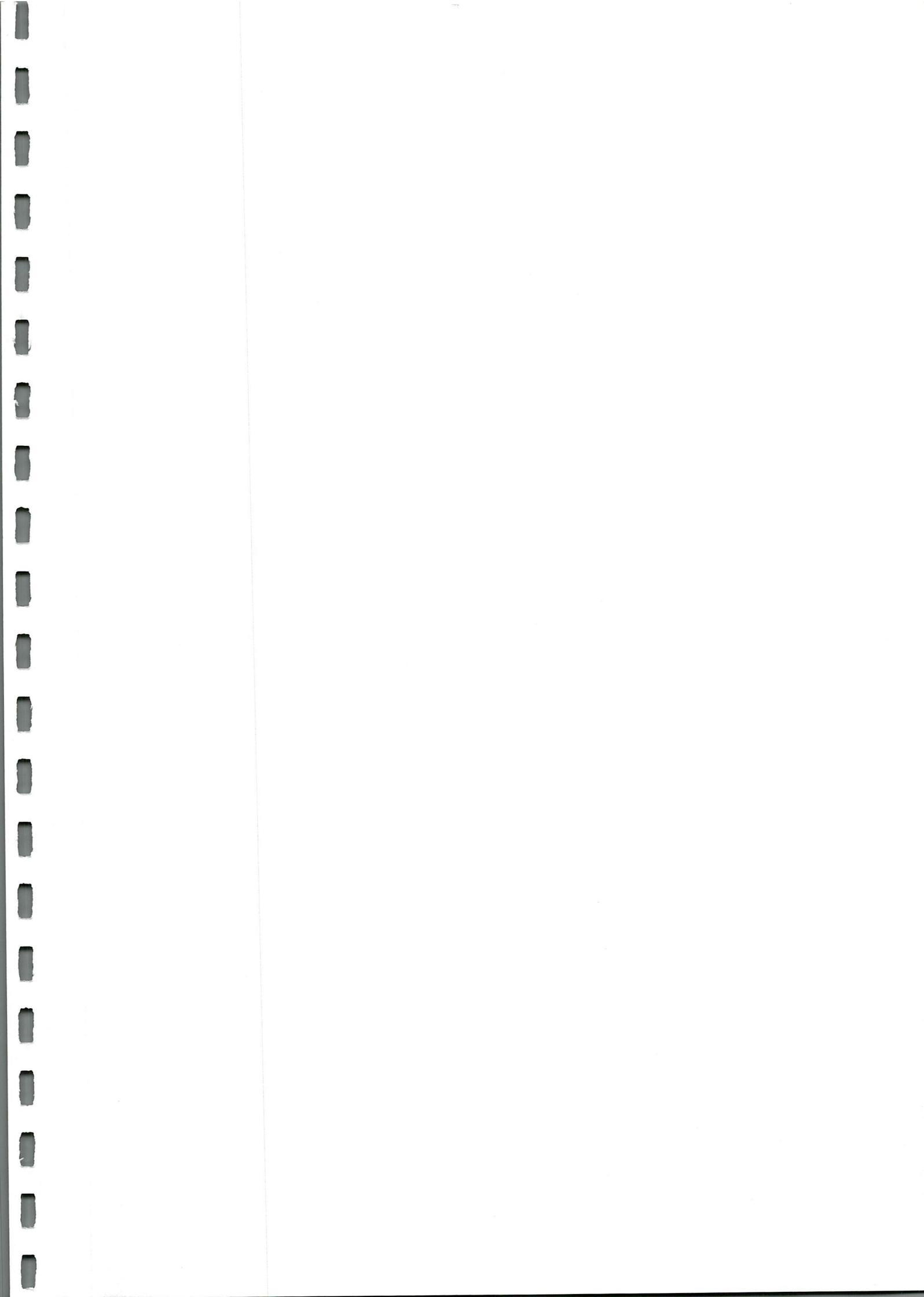
<u>INTRODUCTION</u>	P 1 - 5
<u>1ère PARTIE</u> : Présentation du secteur informel nigérien	
<u>Chapitre 1</u> : Caractéristiques de l'informel au Niger	P 7
Sous-section 1 : Tentative de définition	P 7
<u>Section I</u> : Les aspects économiques du secteur	P 8
§ 1 - Le financement du secteur	P 8
§ 2 - Sa part dans le Produit Intérieur Brut (P.I.B)	P 9
<u>Section II</u> : Les aspects techniques du secteur non structuré au Niger	P 10
§ 1 - La formation professionnelle	P 10-11
§ 2 - Le capital technique et humain dans le secteur informel	P 11- 12
<u>CHAPITRE II</u> : STRUCTURE DE L'INFORMEL AU NIGER	P 12
§ 1 - Les activités sédentaires et non sédentaires	P 12-13
§ 2 - Les activités de commerce, de production et de service	P 13-14
§ 3 - L'organisation socio professionnelle du secteur non structuré du Niger	P 14- 15
<u>DEUXIEME PARTIE</u> : la stratégie de l'assureur nigérien face au secteur informel: produit, distribution et prestations annexes	
<u>CHAPITRE I</u> : Quel produit à proposer au secteur informel ?	P 18

<u>Section I</u> : Le produit destiné au marché informel sera un produit d'épargne	P 18-19
<u>Section II</u> : La prime : montant et périodicité	P 20-21
<u>Section III</u> : Les prestations annexes au contrat	P 21-22
<u>CHAPITRE II</u> : La distribution du produit dans le secteur informel	P 22
<u>Section I</u> : L'utilisation des canaux traditionnels de vente	P 23
§ 1- Lenteur et lourdeur du service	P 23
§ 2- Inexistence d'un service après vente	P 23
<u>Section II</u> : Nécessité d'une force de vente compétente, motivée et bien formée	P 24
§ 1- La mixité de la force de vente	P 24-25
§ 2- La fidélisation de la force de vente	P 25-26
<u>Section III</u> : L'emploi des leaders d'opinion et des organisations socio professionnelle comme canal de distribution de l'assurance dans l'informel	P 26-27
<u>Section IV</u> : La présentation du produit	P 27
§ 1- La souscription des contrats	P 27
A - La simplicité des clauses	P 27
B - La rapidité dans l'établissement des polices et l'allègement des formalités de souscription	P 28

<u>CHAPITRE III</u> :Le service après vente	P 29
<u>Section I</u> : La gestion des contrats	P 29
§1 - Transparence et rigueur dans la gestion	P 29-30
§ 2 - La souplesse du produit	P 31
<u>Section II</u> : La rapidité dans le règlement des prestations :	
avance sur police, rachat et autres avantages annexes	P 31-32
<u>CONCLUSION GENERALE</u>	P 33-35

*‘De tous, c’est le travail de
l’esprit qui est le plus pénible’*

Henry Ford



INTRODUCTION

L' Assurance en Afrique s' est essentiellement intéressé au secteur moderne. Les produits vendus sur nos marchés et dans les différentes branches n' ont concerné que ce secteur.

Depuis un certain temps, la crise qui sévit en Afrique Francophone frappe les compagnies d' assurance comme tous les autre secteurs de la vie économique. L' assurance souffre de certains maux qui menacent la survie des compagnies et qui sont : un faible volume de primes fortement altéré par un taux d' impayés élevé, une étroitesse des marchés, un déséquilibre structurel de la branche automobile, une inobservation des règles techniques élémentaires.

Cette situation concerne la branche automobile et les risques divers c' est à dire l' Incendie, le Vol, les dommages aux biens ou aux personnes.

Pour notre part, nous allons porter une attention toute particulière à l' assurance Vie. Cet intérêt porté à l' assurance Vie à travers ce travail ne nous fera pas perdre de vue l' importance de la branche IARDT pour l' assurance en Afrique. Cette branche sera écartée dans l' analyse de l' assurance du secteur informel du Niger compte tenu des particularités de ce secteur qui n' est pas assez organisé pour permettre à l' assureur nigérien de couvrir les risques en Incendie ou Vol du marché informel.

La branche Vie va nous intéresser pour rapprocher l' assureur et son secteur non structuré compte tenu du caractère tout à fait personnel de cette forme d' assurance. Il existe sur ce marché une forme d' épargne assez développée mais qui se fait de façon informelle. Cette pratique peut inspirer l' assureur nigérien. Il va développer une action sur le plan marketing en pensant produit et distribution pour amener ce secteur à s' intéresser à l' assurance.

Pour définir l' assurance Vie, nous pouvons dire que c' est une opération par laquelle, en échange de versement de primes ou cotisations, l' assureur s' engage à verser au souscripteur ou au bénéficiaire désigné, une somme (capital ou rente) en cas de décès, d' invalidité ou de survie de la tête assurée à une époque convenue.

Cette forme d'assurance est analysée comme une double opération d'assurance et d'épargne :

- c' est une opération d'assurance lorsque le souscripteur, pour préserver sa famille des conséquences pécuniaires à la suite d'une disparition prématurée souscrit un contrat . La famille ou un bénéficiaire désigné quelconque désigné par l' assuré recueillera le capital ou la rente.
 - Cette assurance peut s' analyser comme une opération d' épargne lorsque l' assuré désire se constituer un capital pour l' époque où il prendra sa retraite ou lorsqu' il souscrit une rente pour assurer ses vieux jours.
- Le capital est fixé de façon forfaitaire, selon les méthodes de calculs actuariels et financiers.

De ce double caractère de l' assurance Vie découlent deux particularités essentielles :

- Le paiement de la prime en assurance vie est facultatif.
- Le paiement des capitaux se faisant à une longue échéance, l' assureur doit constituer des réserves importantes appelées provisions mathématiques lesquelles seront placées dans des conditions de sécurité, liquidité et rentabilité.

En Afrique, de façon générale la formule de l' assurance Vie la plus vendue demeure la Temporaire Décès. Au Niger , elle est surtout souscrite pour la couverture des prêts bancaires. Les formules d' Epargne Retraite qui ont été vulgarisées en France depuis un certain nombre d' années dans la branche dite populaire n'ont vu le jour dans nos pays Africains qu' à partir des années 1980.

Une autre formule qui rejoint l' assurance Vie est le contrat groupe Décès-Invalidité souscrit par les chefs d' entreprise au profit de leurs employés.

Ces différents contrats sont proposés uniquement aux agents du secteur moderne. Or, ce secteur a montré ses limites. Le niveau des affaires a fortement diminué avec la récession qui frappe tous les niveaux de la vie économique des pays africains. Les résultats des compagnies sont souvent négatifs ce qui est dû à la fois à l' insuffisance des primes, aux frais de gestion trop élevés et aux indemnités déraisonnables de la branche automobile. La branche Vie dans sa formule traditionnelle n' est pas non plus dans ses beaux jours.

Cette façon toute coutumière de vendre l'assurance en Afrique met en cause la solvabilité des compagnies voire leur existence. Or, nous ne sommes pas sans connaître l'importance des assurances dans la vie économique d'un pays.

En effet, l'assurance est une mutualité à travers laquelle sont collectées les primes des différents membres que sont les assurés en vue d'une compensation de leurs risques entre eux. Les sociétés d'assurance collectent l'épargne ainsi constituée et la placent de façon réglementée. Elles sont considérées au même titre que les banques comme des investisseurs institutionnels.

D'un point de vue économique, lorsque l'assureur perçoit la prime correspondante pour couvrir le risque qu'il assure, il constitue une provision pour les risques en cours ou pour les sinistres restants à payer. En assurance Vie, ces provisions sont appelées provisions mathématiques. Les provisions ainsi constituées seront placées auprès des institutions financières lesquelles se chargeront de leur redistribution à travers divers canaux de financement de l'économie nationale. L'assureur Vie plus que tout autre est un créateur de ressources.

Vu ce rôle économique très important que jouent les assurances dans l'économie d'un pays, en France, s'est développée l'assurance Vie dans sa branche populaire. Ce sont des contrats de capitalisation auxquels est annexée une garantie Décès. Ces contrats sont appelés contrats de nouvelle génération lesquels ont connu un accueil favorable de la part des assurés. Ce sont des contrats souples : le client a la latitude quant au choix du montant de la prime, de la périodicité de paiement et des garanties.

Les assureurs africains mirent aussi sur leurs marchés à partir des années 80 des contrats adaptés au contexte africain en s'inspirant du modèle français

Au Niger, certaines sociétés de la place se sont lancées dans la commercialisation de ces nouveaux contrats. Les chiffres obtenus ont été appréciables. Ces contrats, malgré le succès rencontré, n'ont été souscrits que par les agents du secteur moderne public et privé nigérien.

Or, Il se trouve que ce secteur a été confronté à des difficultés économiques qui ont constituées un frein à l'expansion de la souscription de ses contrats.

En effet, vu la masse des impayés, le lot de résiliations massives et le taux d'intérêt servi par les banques de la place, il a été décidé pour ce qui concerne certaines compagnies du marché nigérien, d'arrêter la vente des contrats retraite. L'assureur nigérien est réduit à l'heure actuelle à vendre l'assurance Auto et les Risques Divers, certains contrats dans la branche vie (temporaire décès). Les contrats de nouvelles générations sont très limités sinon inexistants. L'assurance Vie est de ce fait très peu présente sur le marché des assurances du Niger.

Une question qui se pose à l'heure actuelle : l'assureur nigérien n'a-t-il que le secteur moderne pour vendre l'assurance vie ? Compte tenu des difficultés que traverse ce secteur ne peut-il pas chercher un marché nouveau ?

Dans nos pays africains, un secteur s'est développé depuis des années et de façon considérable, en parallèle avec le secteur dit moderne. Ce secteur est dit informel à cause de certains critères qui ont permis de définir le secteur moderne et que l'on ne retrouve pas dans le secteur informel. Le marché informel nigérien est énorme; il représente près des $\frac{3}{4}$ des activités économiques et participe pour plus de 70% au produit intérieur brut (PIB) du pays. L'épargne qui y circule peut être estimée à près de 400 milliards d'après des études réalisées par des organismes qui se sont intéressés au secteur (dont les statistiques vont nous servir pour ce travail). Le secteur informel est certes porteur et l'assureur peut axer ses efforts vers ce marché. Mais, les produits à proposer aux agents de ce secteur doivent concorder avec l'esprit qui existe dans l'informel.

Pour notre part, nous pensons que les produits les mieux adaptés au marché informel nigérien ne peuvent être que des produits épargne. L'assureur doit avoir à l'esprit qu'il aura à affronter un milieu à majorité analphabète mais surtout inorganisé.

La stratégie d'action qu'il doit développer va prendre en compte les caractéristiques de ce marché. L'assureur étant un commerçant par nature, il présente au public un produit dans le but d'en tirer profit. La rentabilité et la satisfaction des clients doivent le guider.

Dans cette étude, vu l'importance du secteur informel au Niger, il nous paraît important de le présenter dans une première étape. Nous allons dégager ses caractéristiques (chapitre I); parler de ses structures (chapitre 2) pour ensuite essayer de voir quelle est sa part dans l'économie du Niger (chapitre 3).

Cette présentation du secteur informel va nous permettre d'appréhender un phénomène socio-économique qui échappe à toutes les lois du marché moderne.

Dans un deuxième temps , nous allons rapprocher l' assureur nigérien et son marché informel pour voir quelle sera la stratégie du point de vue produit (chapitre 1), les modes de distribution (chapitre 2) et le service après vente (chapitre 3) qu' il sera appelé à développer afin de concilier ses intérêts et ceux du secteur non structuré pour l' amener à s' intéresser à l' assurance.

PREMIERE PARTIE

PRESENTATION DU SECTEUR INFORMEL DU NIGER

L'importance du secteur informel (encore appelé secteur non structuré) dans l'économie nigérienne s'apprécie par sa contribution de façon considérable à remédier aux insuffisances du secteur moderne. En effet il joue un rôle particulièrement positif en matière d'emploi et notamment en matière de revenu et de satisfaction des besoins essentiels de la majorité des populations. L'existence de ce secteur est certes très bien connue de tous mais très peu d'informations sont disponibles quant à son fonctionnement.

La présentation du secteur informel permettra d'appréhender ce phénomène socio-économique dans sa dimension et sa complexité.

Notre démarche consistera dans cette partie :

- d'une part, à définir le concept du secteur non structuré et à décrire ses caractéristiques économiques et techniques ;
- d'autre part à énumérer les différents intervenants, les activités exercées et les organisations professionnelles et commerciales existantes.

CHAPITRE 1: CARACTERISTIQUES DU SECTEUR INFORMEL DU NIGER

Sous -section 1: Tentative de définition

Il règne à l'heure actuelle une grande imprécision sur la définition à donner au secteur informel. Il en résulte une multitude proposée à ce concept. Dans une étude menée sur le secteur non structuré du Niger par la Direction de la statistique et de l'Informatique (DSI Ministère du Plan de la République du Niger- 1983), la définition suivante a été donnée dans le document final :

« Le secteur informel désigne l'ensemble des activités économiques qui ne sont pas connues de la comptabilité nationale. Ainsi, le secteur informel comprend l'artisanat, le petit commerce, les activités sur les marchés ou dans les rues (tabliers) etc... aussi bien en milieu rural qu'en milieu urbain, à l'exception des activités agricoles et pastorales. »

Pour notre part nous préférons la définition de KEITH HART reprise dans le rapport final d'une étude menée en 1972 par le BIT au KENYA. Le concept de secteur non structuré y a été pour la première fois abordé.

Il ressort de ce document la définition suivante :

« Les métiers du secteur non structuré ne se bornent pas à l'emploi à la périphérie des grandes villes, à des occupations déterminées, voire à des activités économiques. Bien plutôt, elles représentent une façon d'accomplir des choses qui se caractérisent :

- par la facilité d'accéder aux métiers en question ;
- par le recours aux ressources locales ;
- par la propriété familiale des entreprises ;
- par des techniques à forte intensité de main d'oeuvre et adaptées ;
- par des qualifications qui s'acquièrent en dehors du système scolaire officiel ;
- par des marchés qui échappent à tout règlement et ouverts à la concurrence (1).

Cette définition a l'avantage de nous donner les caractéristiques du secteur informel que nous allons essayer de cerner dans cette partie.

SECTION 1 : Les aspects économiques du secteur informel Nigérien

Paragraphe 1 : Le financement du secteur

Le manque de disponibilité de crédit est l'un des problèmes majeurs que rencontrent les agents de ce secteur. En effet, le crédit est limité ; les raisons peuvent être entre autres les garanties exigées par les institutions bancaires. Les documents souvent requis sont au delà des moyens de la plupart des entrepreneurs de l'informel.

Aussi, Les seules sources de crédit et de fonds de mise en train pour les entreprises semblent provenir de la famille et d'amis proches (plus de 50% des entreprises).

D'autres alternatives constituent des sources de fonds comme par exemple un certain nombre de personnes qui avaient travaillé en tant qu'immigré

1) CIADFOR. Information N° 49

dans d' autres pays (Nigeria , Côte d'Ivoire) et qui ont eu à gagner un capital nécessaire pour monter une affaire. Les apprentis, après avoir complété leur formation, démarrent souvent leur propre affaire sur financement du maître.

Au Niger, le financement du secteur non structuré par les organismes financiers est quasi inexistant.

Cependant, ce manque d'intérêt pour le marché informel de la part des banques et des pouvoirs publics ne constitue pas un obstacle au rôle de distributeur de revenu. Il contribue d' ailleurs de façon non négligeable au Produit intérieur Brut (PIB).

Paragraphe 2 : Part du secteur informel au PIB

A travers une étude menée par la Direction de la Statistique et des Comptes Nationaux du Ministère du Plan de la République du Niger, il a été dit que le secteur informel est subdivisé en secteur informel hors primaire qui comprend les industries manufacturières, le commerce en gros et détail, la restauration, les affaires immobilières et services des entreprises, les services rendus par les ménages d'une part et le secteur primaire constitué de l'agriculture, la chasse et la pêche d'autre part .

Le Produit Intérieur Brut du secteur non structuré était de 494 milliards de francs cfa en 1988 soit 71 % du total secteur privé par rapport à 470 milliards en 1983, soit 67,5 % à l'époque. Pour l'économie nationale, le secteur informel représente 74,80%. (2)

La part du secteur non structuré semble avoir augmenté depuis , mais, en 1994 , ce chiffre a connu une baisse il était de 478 Milliards soit 69,8%. Cependant, étant donné la nature du secteur non structuré, il est possible que les chiffres officiels soient sous-estimés. Le commerce inter-frontalier (notamment avec le Nigéria) est mal apprécié alors même que l' import-export au niveau des frontières pèse lourdement dans la balance commerciale du Niger.

Certains échanges de marchandises impliquent des produits fabriqués au Niger (exemple les produits agricoles) d' où un rôle plus important joué par le secteur informel.

2) *MASP NIGER -phase 11 :description du secteur privé. Rapport final AADI/ USAID*

Les opérateurs du secteur des services (transport , commerce) ont longtemps joué un rôle dans la distribution (des importations et exportations) et leur contribution au PIB paraît plus importante qu' on ne le dit officiellement.

La valeur ajoutée (qui mesure la participation de l'établissement à la production intérieure brute) est en moyenne de 71.000 f cfa dans la production , 58.000 dans les services et 74.000 F dans le commerce.(3)

L' importance de ce secteur pour l' économie nigérienne n' est plus à démontrer. Il fait partie intégrante du système socio-économique comme dans la plupart des Etats pauvres, il assure la survie d' une bonne partie de la population et est probablement mieux adapté aux conditions locales d'où la croissance de plus en plus grande face au secteur dit moderne.

Sur le plan technique, ce secteur est dans la grande majorité tenu par des individus qui n' ont aucune formation dans la branche d' activité dans laquelle ils opèrent. La formation professionnelle est quasi inexistante sinon elle se fait de façon informelle et le capital technique est très limité.

SECTION II : Les aspects techniques du secteur non structuré au Niger

Ses aspects se résument en gros à la formation professionnelle dans le secteur informel et aux moyens dont disposent les agents de ce secteur du point de vue capital technique et humain.

Paragraphe 1 : La formation professionnelle

En 1988, le secteur non structuré employait 97% de la population active(MASP-NIGER ; phase 2 Rapport Final) qui atteignait 2.31 millions cependant que 2. 26 millions travaillaient informellement. Aucun secteur n'est aussi important au Niger pour l' emploi que le secteur informel.

La plupart des travailleurs opérant dans ce secteur ont été formés sur le tas. Ainsi, à Niamey par exemple, 70% des employés et 76% des patrons n' ont pas fait d'études.

3)-Rapport de la première phase et des premiers résultats de l'enquête sur le secteur informel et le petite entreprise- p 8.

L' apprentissage constitue le seul processus de formation existant dans ce milieu affecté par une insuffisance de qualification professionnelle des travailleurs. Ce manque de formation professionnelle affecte toutes les branches d' activité. Dans certaines branches comme la restauration, les ateliers de confection ou les menuiseries, on note surtout la présence des aides familiaux qui sont pour la plupart des saisonniers venus faire fortune en ville après la saison hivernale.

Ce manque de formation fait que la majeure partie du secteur non structuré opère sur une base d' encaissement-décaissement ; la comptabilité se fait dans la tête du chef d'entreprise. Il n' y a pas de système de comptabilité spéciale.

Le secteur informel de façon générale, nigérien en particulier se caractérise par la méconnaissance des activités qui y sont exercées . Celles-ci occupent une part non négligeable de la population active. Les caractéristiques de ce secteur s' apprécient également au niveau du capital technique des entreprises qui le composent.

Paragraphe 2 : le capital technique et humain dans le secteur informel

Le capital technique se compose des machines, des outils et de mobilier. Le plus souvent, l' investissement initial ne provient pas des institutions bancaires ou étatiques mais de l' épargne personnelle, de la famille ou des amis.

L' importance du capital technique varie selon la branche d'activité. Dans la confection par exemple, le capital peut se limiter à une machine louée pour démarrer les activités.

Le capital investi sous forme de machines ou d' outillages est plus fort.

Quant au capital humain, il est composé du patron, de la main d'oeuvre salariée, des apprentis et des aides familiaux.

Les activités exercées dans le secteur informel sont nombreuses mais mal connues. L' emploi dans ce secteur est essentiellement masculin au NIGER (1.8 million , soit 79 % de la population active totale).

Les femmes comptent pour environ 460.590 des emplois du secteur informel , généralement du travail familial ou indépendant dans le domaine du commerce et de la cuisine. (4)

La division du travail du secteur informel au Niger ne se limite pas au sexe. Les activités exercées sont structurées en activités sédentaires et non sédentaires.

Nous allons aborder dans ce chapitre la structure du secteur informel. Nous essayerons de voir ensuite quelles sont les organisations socio- professionnelles qui y existent.

CHAPITRE II : STRUCTURE DE L'INFORMEL AU NIGER

Les activités exercées dans le secteur non structuré peuvent être analysées selon deux critères que nous avons retenus :

- la fixité ou non du produit et du matériel ; on distingue pour cela les activités sédentaires et les activités non sédentaires.
- la nature de l'activité : activité de production, de commerce et de services.

Paragraphe 1 : Les activités sédentaires et non sédentaires

On peut appeler activité sédentaire, l'activité qui est exercée dans un local fixe quelle soit la nature de ce local (en dur, en banco ou en tôle) mais à condition que ce local abrite les outils de production ou le stock la nuit.

Pour les activités non sédentaires, les outils ou le stock de marchandises sont ramassés chaque soir ; ce sont les tabliers, les activités ambulantes, la restauration dans la rue.

Dans une enquête menée par la Direction de la Statistique sur le secteur non structuré à Niamey(en 1982), on peut lire dans le rapport final que , l'étalage fixe mais non recouvert dans l'enceinte d'un marché a été considéré comme établissement sédentaire, alors qu' un étalage semblable se trouvant dans la rue, tout aussi fixe, a été considéré comme non sédentaire.

4) MASP -NIGER : phase 2 description du secteur privé-Rapport final p 48

L'activité qui occupe le plus d'effectifs est la vente de « produits divers de consommation courante avec 19,67% représentant également la part de la catégorie 'production' ».

Dans la catégorie production, ce sont les tailleurs et tapissiers qui dominent au sein des services, les activités de 'restauration, bois, limonadiers' représentant 29,84%.

Cette disparité d'activités au sein du secteur informel Nigérien pose le problème de son organisation sur le plan socio professionnel. En effet, ce secteur connaît une sous organisation. Les pouvoirs publics ont montré peu d'intérêt pour ce secteur ; les quelques associations ou syndicats qui existent ont été formés par les agents du marché informel afin de défendre leurs intérêts. Ces organisations servent également d'intermédiaire entre l'Etat et le secteur informel.

Nous allons aborder l'organisation du secteur informel dans le paragraphe qui suit.

Paragraphe 3 : L'organisation socio professionnelle du secteur non structuré du Niger

Parmi les propriétaires, les opérateurs et les managers des entreprises de l'informel, seulement 40,8% ont déclaré être membres d'une association professionnelle ou commerciale. Les 52,20% restant ne participent à aucune forme d'organisation.(6)

Il faut noter que, d'après une étude récente, plusieurs associations professionnelles ou commerciales opèrent officiellement, la grande majorité n'existe que sur le papier (IDDAL - 1990).

La majorité des membres des organisations appartient à la Chambre de Commerce Nigérienne. Il faut souligner que celle-ci loin d'être une organisation indépendante destinée à représenter les intérêts de ses membres est une entité financée et dirigée par l'Etat. Le taux d'adhésion aux organisations socio professionnelles varie d'un département à un autre.

(6) MASP-NIGER : phase 2 description du secteur privé - Rapport

Aussi , le caractère sédentaire ou non s' applique beaucoup plus aux produits mis en vente ou au matériel mis en oeuvre, qu' à l' établissement lui-même ou à l' emplacement.

En effet, si les produits ou le matériel sont laissés sur place durant la nuit il y a sédentarité et s' ils sont à l' abri dans un autre lieu, il y a non sédentarité.

Les activités ménagères qui consistent à vendre les produits (par exemple les plats préparés) sur les tables installées devant les portes des domiciles sont considérées comme non sédentaires, bien que la table soit l'extension du local ou du domicile.

Dans la branche des transports, les taxi-brousse ont été considérés comme des établissements, disposant d'emplacement fixe dans l'enceinte du marché.

« Si l'on s' intéresse au partage des travailleurs du secteur informel entre activités sédentaires et travailleurs non sédentaires, il apparaît qu' il y a environ 80% de travailleurs sédentaires du fait essentiellement des activités de production et de services ; en ce qui concerne le commerce, il y a autant de commerçants ambulants que de sédentaires dans l'ensemble. » (5)

Paragraphe 2 : Les activités de commerce, de production et de service

Les différents types d' activités sont regroupées en trois catégories ou sous-secteurs : les activités de commerce, les activités de production et les activités de services.

- par activités de production, il faut entendre transformation de matières premières et fabrication de biens ;
- les activités de service qui regroupent la réparation, la restauration, les soins personnels, les loisirs...
- et les activités commerciales où il y a distribution de biens.

Il ressort du rapport de l' enquête sur le secteur non structuré, effectuée en 1982 à Niamey par le Ministère du Plan (Direction de la Statistique) que la part d' effectifs employés dans le commerce est plus importante en nombre avec 55,68 % contre 24,65 % pour les services et 19,67% pour la production.

5) Mr KIARI LIMAN TINGUIRI, Assistant en Sciences Economiques - Université de Niamey dans « L'opérateur Economique » N° 1 juin 1987-p 40

Ce taux est de 63% et 62% pour ce qui concerne Agadès et Tahoua, 42% pour Maradi, 31% pour le département de Zinder et 25% pour la communauté urbaine de Niamey (7)

Beaucoup d' agents du secteur informel ne voient pas quel est l' intérêt de rejoindre une organisation professionnelle car pour eux ces dernières ne leur sont d' aucun apport.

La plupart des organisations socioprofessionnelles sont structurées en syndicat dont les plus dynamiques sont entre autres : le syndicat des commerçants, celui des propriétaires et exploitants de taxi, le syndicat des transporteurs du Niger...

Les opérateurs d' entreprises du secteur informel recherchent ou aimeraient adhérer à une organisation qui pourrait : leur faciliter l' accès au crédit, permettre leur consultation par le gouvernement au sujet des lois, servir de contact permanent avec les autorités et améliorer la divulgation d' information sur le marché, faciliter une assistance technique à leur endroit. etc...

Le secteur non structuré désigne l' ensemble des activités qui n' appartiennent ni au secteur moderne, ni au secteur rural. En effet, il est le reflet d' une certaine transition c' est à dire qu' il constitue le moyen de satisfaire des besoins nouveaux en empruntant à la fois à la société traditionnelle et à la société moderne. Ce secteur est un créateur d' emploi (85% de l' emploi total au Niger).

Ce sont 400 milliards de F cfa environ qui circulent dans le secteur informel. Les institutions financières que sont les banques et les assurances n' ont pas pu drainer cette masse d' argent vers elles. Plusieurs raisons peuvent être données à cela dont :

- le manque d' informations fiables sur le secteur informel compte tenu de ses caractéristiques
- le manque d' intérêt des pouvoirs publics pour le secteur non structuré
- le formalisme trop rigide des institutions bancaires qui n' est pas adapté à ce milieu etc...

7) MASP : phase II ; description du secteur privé : rapport

Des obstacles existent pour l' Assureur qui désirera s' intéresser au secteur non structuré. En effet, compte tenu de l' activité commerciale qui est la sienne, l' assureur commerçant, doit être à la recherche constante de profit.

S' intéresser au secteur informel ne doit pas relever de la philanthropie.

L' action que l' assureur sera appelé à mener se situera au niveau du produit d' abord. Nous proposerons pour notre part un produit d' épargne seul censé à l' heure actuelle, intéresser les agents du secteur informel du Niger.

La distribution doit se faire hors des circuits traditionnels à savoir les agents généraux et autres canaux habituels pour certaines raisons que nous développerons plus loin.

Si la recherche de profit est présente dans la démarche qu' adoptera l' assureur face au secteur non structuré, il doit aussi avoir à l' esprit la satisfaction des clients. A cet effet, il doit banni certaines formalités qui seront trop rigides pour le marché informel, adopter un système de gestion assez souple pour faire gagner du temps aux assurés car nous savons que le monde des affaires est caractérisé par la rapidité dans les transactions.

DEUXIEME PARTIE

**LA STRATEGIE DE L' ASSUREUR NIGERIEN FACE AU SECTEUR
INFORMEL: PRODUIT, DISTRIBUTION ET PRESTATIONS ANNEXES**

CHAPITRE 1 : QUEL PRODUIT PROPOSER AU SECTEUR

INFORMEL ?

Nous présentons ce chapitre sous forme interrogative pour essayer de répondre à la question que se pose l'assureur nigérien : celle de savoir avec quel genre de contrats pourrait-il pénétrer le marché informel ?

En effet mises à part les assurances obligatoires que sont l'assurance Automobile ou celle à l'importation des marchandises, force est de constater que les autres formes d'assurance sont inconnues de façon générale du marché informel nigérien, surtout l'assurance des personnes.

Après une analyse du déroulement des affaires dans ce milieu, il est aisé de constater que, ce secteur ne disposant d'aucun moyen de financement formel a décidé d'instaurer un système d'épargne informelle entre agents. L'assureur nigérien doit s'inspirer de cette pratique pour proposer au secteur non structuré un produit d'épargne susceptible de répondre à la question qu'il se pose à l'heure actuelle.

SECTION 2 : Le produit destiné au marché informel sera un produit d'épargne

Au Niger comme dans la plupart des pays africains, il existe des institutions traditionnelles que sont les tontines. Ce sont des associations informelles d'épargne fondées sur le respect de la parole donnée et la confiance. Elles ont pour but de promouvoir toute action de solidarité entre leurs membres réunis par une communauté d'intérêt ; elles constituent un marché financier informel offrant des opportunités d'épargne et de crédit. Les participants à une tontine versent régulièrement des cotisations de montant fixe à un fonds commun qui est destiné tour à tour à chacun des membres.

L'existence d'une telle pratique dans le secteur non structuré du Niger peut inspirer l'assureur qui est à la recherche d'un produit adapté à ce milieu.

En effet, l'assurance présente des similitudes avec ces activités tontinières telles qu'elles se pratiquent en Afrique, dans l'acte d'épargne pour se prémunir soi-même et sa famille contre d'éventuelle situation difficile. Le produit qui sera proposé présentera des particularités au niveau

de la prime à payer et des prestations à offrir.

Il faudra souligner que les activités du secteur informel se caractérisent par la rapidité des transactions. L' épargne informelle sert surtout à dénouer des affaires dans un temps assez court. Le long terme, aspect fondamental des contrats en cas de Vie, ne peut intéresser les acteurs de ce milieu. L' assureur doit alors repenser les formules d' assurance en cas de Vie existantes afin d' adopter une philosophie nouvelle adaptée au milieu qu' il aimerait assurer. L' innovation consistera pour lui à présenter un contrat qui ne pénalisera pas les bénéficiaires en cas de rupture prématurée du contrat ou de besoin urgent de liquidité. Les agents du secteur non structuré pourront alors participer à une forme de tontine plus élargie donc se constituer une épargne à moyen terme.

A quel prix ce contrat sera t-il proposé au marché informel ?

Nous allons aborder le problème de la prime à payer par les assurés.

SECTION 2 : LA PRIME : MONTANT ET PERIODICITE DE

PAIEMENT

Dans la formule à proposer au secteur informel, nous excluons tout aléa viager dans la garantie de base. Aussi, la prime payée par l'assuré sera entièrement capitalisée après déduction des frais de gestion et autres par l' assureur ; elle sera alors une prime d' épargne.

Nous savons qu' en assurance Vie, le paiement de la prime est facultatif et l' assureur n' a aucune action pour contraindre l' assuré à la payer(article 73 du code CIMA). Le caractère personnel de cette forme d' assurance justifie cela. En effet, on suppose que l' assuré a décidé en toute indépendance de s' engager dans une opération à long terme. Pour ce qui concerne le produit à proposer au secteur informel, l' aspect prime peut se révéler important à cause de la manière dont les affaires se déroulent sur ce marché. Elles se traitent au jour le jour.

En outre, compte tenu des recettes réalisées quotidiennement par les opérateurs informels qui sont dans la plupart des cas assez modestes (en moyenne 2500 f / jour pour un tablier ; 1500 pour le limonadier et le petit cireur de chaussures ; 9.000 F/ jour pour le taxi et 5.000 pour le tailleur indépendant : *sources: le Rapport de la 1ère phase et les 1ers résultats de l'enquête nationale sur le secteur informel et la petite entreprise au Niger*) ,

l' assureur doit concilier la rentabilité à la réussite.

En effet, pour ce contrat d' épargne qui s' adresse au secteur informel , la prime doit être modique, facile à supporter par tout souscripteur du contrat. La modicité de celle-ci ne doit pas signifier perte d' argent pour l' assureur qui est à la recherche de profit ; à ce titre, il doit bien tarifer le contrat de manière à ne pas réaliser des sinistres de frais de gestion.

La modicité de la prime permettra également une large souscription des contrats. Nous pensons qu' avec cent francs de prime (100 F) à payer par jour et par assuré c'est à dire 3.000 F par mois soit un montant 36.000 F CFA épargnée dans l' année, si l' assureur se fixe un objectif de vente de 10.000 contrats par an, une épargne d' un montant de 3,6 Milliards sera drainée du secteur informel vers les assurances.

Ces données, loin de refléter la réalité des choses nous permettent de cerner l' importance de la masse d' argent qui circule dans le milieu informel. Une telle politique de prime adoptée par l' assureur aura pour avantage principal de familiariser ce milieu à l' Assurance et de faciliter une souscription large par tous les acteurs car nous pensons qu' à l'heure actuelle des choses, il n' est pas opportun pour l' assureur nigérien d' entreprendre des actions catégorielles au niveau du secteur informel.

Le paiement de la prime peut se faire selon les habitudes du marché à savoir au rythme du déroulement des affaires permettant un mode de paiement souple selon le moment qui arrange chacun des assurés. Cela peut être en fin de journée, au moment où chacun arrête ses comptes comme il peut être possible d' accepter un paiement hebdomadaire. Le versement mensuel est possible à condition que l' assuré accepte de payer les cotisations du mois par anticipation c'est à dire en début de période. La souplesse dans le paiement des primes est importante car l' assureur doit avoir pour objectif d' amener le secteur informel à comprendre et à accepter l' Assurance dans toutes les formules.

A ce titre, il ne doit pas se comporter en percepteur de prime uniquement au risque de se faire assimiler aux percepteurs de la taxe du marché et de se voir rejeter par le marché.

La souplesse dans la récupération des cotisations ne doit pas signifier cependant laxisme , ce qui aura pour conséquence d' entraîner l' assureur vers un échec certain.

Penser au produit et à la prime ne sont pas les seules préoccupations pour l' assureur nigérien. L' assureur doit aussi réfléchir à la manière dont il pourra enrichir son produit pour le rendre plus attractif.

SECTION III : LES PRESTATIONS ANNEXES AU CONTRAT

Dans le milieu informel, les méthodes traditionnelles d' incitation à l' épargne que sont le taux d' intérêt et la fiscalité ne sont pas suffisantes pour amener les agents du secteur à confier leur argent à l' assureur car, sur ce marché, les opportunités de placement dans le milieu des affaires sur une courte période donnent souvent des rendements plus élevés que ceux qu' accordent les institutions financières modernes.

Un aspect que l' assureur peut mettre en avant et qui peut convaincre les assurés dans ce cas est la sécurité des placements surtout si l' on sait que l'incertitude du lendemain constitue un risque certain sur ce marché. Cependant, la seule sécurité n' est pas suffisante. Certaines prestations qui ne feront pas partie de la garantie de base constitueront un attrait. Nous citerons entre autre :

- le versement d' un complément de capital en cas de décès de l' assuré avant le terme du contrat afin de permettre aux bénéficiaires de récupérer une partie de l' épargne constituée. certaines conditions devront être remplies notamment le versement régulier des cotisations pendant au moins deux années.
- la possibilité pour l' épargnant, après tirage au sort, d' avoir un montant forfaitaire ne pouvant excéder le capital au terme
- l' octroi d' un forfait Hospitalisation plafonné en cas de maladie ou d' accident par année et par famille
- l' accès à certaines prestations dans d' autres branches d' assurance commercialisées par la société. Nous pouvons à ce titre proposer la prise en charge directe du sinistre matériel dont a été victime l' assuré souscripteur d' un contrat d' épargne, par l' assureur. Il sera procédé à l' indemnisation directe au titre du contrat Responsabilité Civile Automobile.

L' assureur, prorogé dans les droits de l' assuré, pourra exercer un recours contre l' assureur du responsable du sinistre pour récupérer le montant versé à la personne assurée. Cette prestation intéressera les assurés du secteur informel preneurs également d' assurance automobile. Une telle action marketing assurera l' instauration d' une confiance entre les parties, elle permettra à la branche automobile de se vendre mieux. L' assureur pourra profiter de ce climat de confiance pour prospector le marché et proposer d' autres genres de contrats.

Toute action qui facilitera l' accès au marché non structuré à l' assureur nigérien doit être développée par ce dernier. Elle se situe notamment au niveau de la distribution du produit.

On a coutume de dire que l' assurance Vie se vend, elle ne s' achète pas. Cela signifie que c' est à l' assureur d' aller vers le client, l' amener à comprendre le risque inhérent à la vie humaine et le convaincre à souscrire un contrat afin de se prémunir ou mettre à l' abri sa famille contre ce risque. Dans ce contexte bien précis , l' assureur nigérien doit affronter un marché nouveau dont les caractéristiques diffèrent de son marché habituel. Comment arrivera t-il à distribuer l' assurance Vie dans le milieu informel ? Telle est la question que nous allons essayer d' analyser et de proposer une solution.

CHAPITRE II : LA DISTRIBUTION DU PRODUIT DANS LE SECTEUR

INFORMEL

Pour pouvoir distribuer un produit , il faut d' abord connaître son marché c' est à dire en délimiter les contours, cibler sa clientèle, trouver le moyen adéquat de distribution. Il faut également maintenir le produit en vie sur le marché.

Nous allons dans ce chapitre voir quel est le mode de distribution qui est adapté au secteur informel et donner les raisons pour lesquelles nous optons pour une méthode plutôt que pour l' autre.

SECTION I : L'UTILISATION DES CANAUX TRADITIONNELS

DE VENTE

Dans le milieu des Assurances du Niger comme dans la plupart de nos Etats, les intermédiaires d'assurance les plus connus sont les courtiers et les agents généraux. Pour le cas précis du secteur informel, nous allons éviter ces réseaux habituels pour certaines raisons que nous donnons ci-après :

Paragraphe 1 : Lenteur et Lourdeur du service

L'agent général étant rattaché à la société qu'il représente, il est habitué à travailler de façon traditionnelle. Ses déplacements de prospection sont limités à certains gros clients, sinon dans la plupart des cas la souscription des contrats se fait à ses guichets.

Les affaires sont par la suite transmises au siège de la société avec souvent du retard. Il se trouve que dans le cas du secteur informel la rapidité dans le traitement des affaires est un gage de réussite pour l'assureur, compte tenu des aspects du marché. Pour toutes ces raisons nous préférons écarter l'agent général de la vente des contrats au secteur informel.

Quant au courtier, il préfère généralement la souscription des grands risques où les primes sont plus importantes.

Paragraphe 2 : Inexistence d'un service après vente

Après la conclusion de l'affaire, sa gestion est faite entièrement par le siège de la société. Les assurés sont alors obligés de s'y référer pour avoir des informations sur leurs contrats. Or, l'une des conditions essentielles pour pérenniser le produit sur le marché est l'aptitude qu'aura l'assureur à faire circuler l'information et à offrir un service après vente efficace. Ceci est encore plus vrai pour le milieu informel composé à 80% d'analphabètes et où le besoin d'information est réel.

Malgré leur connaissance de l'Assurance, les canaux traditionnels que sont les agents généraux et courtiers ne peuvent pas vendre les produits vie sur le marché informel compte tenu de certaines pratiques.

Il est alors important pour l' assureur d' avoir une force de vente spécialisée dans le placement des contrats sur le marché.

SECTION II : NECESSITE D' UNE FORCE DE VENTE COMPETENTE ,

MOTIVEE ET BIEN FORMEE

Ces caractéristiques de la force de vente sont essentielles pour la réussite de l' opération.

La compétence est exigée pour tout vendeur encore plus pour celui qui sera appelé à s' intéresser au secteur informel. Il doit connaître d' abord son produit, connaître son marché, ses forces et faiblesses et la mentalité du milieu afin de pouvoir l' affronter avec certitude.

Le vendeur doit également connaître la société qu' il représente auprès des clients, Il véhicule son image sur le terrain.

La formation du réseau doit mettre l' accent sur les aspects suivants que nous pensons être importants pour le marché informel : l' honnêteté et la franchise.

Les équipes de vendeurs doivent être bien formées aux techniques de vente de façon générale et plus particulièrement aux méthodes valables sur le marché.

Pour le secteur informel, il faut des jeunes vendeurs issus de son milieu qui seront encadrés par les vendeurs imprégnés des techniques de l' Assurance.

Paragraphe 1 : La mixité de la force de vente

Compte tenu des caractéristiques du secteur informel, il est nécessaire que les vendeurs ne soient pas que des jeunes issus du milieu moderne. Il est important de mettre en place un réseau mixte composé pour partie de jeunes ayant un niveau d' instruction convenable, capables de comprendre et d' expliquer les Assurances et de se "défendre" sur le marché. Un autre groupe sera composé de jeunes issus du milieu informel, recrutés pour leurs qualités à nouer le contact facilement, leur dynamisme et leur sérieux.

Une base minimale est requise pour recevoir une formation aux techniques de l' Assurance vie et aux méthodes de vente moderne. Leur connaissance du marché et de ses pratiques est un atout à exploiter par l' Assureur.

En outre, comme une partie importante du secteur informel est analphabète ou peu instruit, il leur sera plus facile de pénétrer ce milieu qu' ils connaissent et d' être plus acceptés.

eux aussi intéressés aux résultats de leurs équipes. En effet, lorsque les objectifs de vente fixés ont été réalisés, les vendeurs doivent participer aux bénéfices obtenus. Cette méthode permet de fidéliser les réseaux et ainsi les amener à adhérer aux objectifs de la société.

Afin d'amener les vendeurs à fournir plus d'efforts et à donner le meilleur d'eux-mêmes, un système de concours inter-équipe peut être instauré. Les plus performants fourniront plus d'efforts pour avoir une place de leader. Les moins bons s'aligneront derrière les plus méritants pour mieux faire.

Nous pensons qu'il existe à la disposition de l'Assureur pour ce qui concerne le secteur informel d'autres canaux de distribution que sont les organisations socio-professionnelles et les leaders d'opinion.

Nous en faisons l'analyse dans la section qui suit.

SECTION III : L' EMPLOI DES LEADERS D ' OPINION ET DES ORGANISATIONS SOCIAUX PROFESSIONNELLES COMME CANAL DE DISTRIBUTION DE L' ASSURANCE DANS L' INFORMEL

Un leader d'opinion est généralement une personne influente dans son milieu.

L'utilisation du leader d'opinion comme prescripteur a déjà été expérimentée dans le cadre des Assurances au Niger.

En effet, il n'est pas rare de passer souvent par les délégués de personnel des entreprises afin d'amener les agents à souscrire un contrat groupe maladie.

Dans le secteur informel aussi, certaines personnes sont utilisées comme prescripteur des contrats d'assurance ; nous pouvons citer par exemple les garagistes pour ce qui concerne le risque Automobile.

Les représentants syndicaux peuvent être approchés dans ce sens par l'assureur pour faire passer le message dans le secteur informel.

Les organisations socio-professionnelles, lieu de rassemblement d'individus de même catégorie professionnelle, peuvent servir de point de vente des contrats d'épargne. Des guichets peuvent être installés au niveau des sièges des associations selon des modalités arrêtées de commun accord.

Après avoir déterminé les modes de distribution de l'assurance Vie dans le secteur informel, il nous semble important d'avoir une attention toute particulière à tout ce qui peut permettre à cette assurance de se vendre sur le marché.

L'approche que l'assureur doit avoir du point de vue produit diffère de celle qui existe sur le marché moderne des entreprises et autres, compte tenu des particularités du secteur non structuré nigérien.

Nous analyserons, dans cette section les modalités de souscription du contrat d'épargne et la présentation des polices.

SECTION IV : LA PRESENTATION DU PRODUIT

Paragraphe 1 : LA SOUSCRIPTION DES CONTRATS

L'analphabétisme du secteur informel oblige l'assureur qui aimerait l'aborder avec un produit d'assurance à adopter certaines attitudes :

- la simplicité des clauses
- la rapidité dans l'établissement des polices

A - La simplicité des clauses

On a reconnu un certain nombre de caractéristiques au contrat d'assurance qui constitue souvent un obstacle pour les clients dans la compréhension des Assurances.

En effet, il est reproché à l'assureur de rédiger les conditions générales du contrat dans un langage souvent trop technique pour la plupart des assurés. Les formules employées ne sont pas accessibles à tous et il se pose un problème d'interprétation voire de compréhension.

Le marché informel, peu instruit n'a certainement pas besoin de toute la technicité des mots dans les clauses du contrat. Il faut pour le produit destiné au secteur non structuré, des clauses simples, faciles à expliquer aux clients et à interpréter en cas de différend.

D' un autre point de vue, l' utilisation des vendeurs issus du marché informel peut rassurer les clients.

Nous pensons que ceux-ci peuvent utiliser les langues locales pour mieux véhiculer leurs messages ; ces langues étant accessibles à tous et mieux adaptées au milieu.

Ces vendeurs de l' informel seront parrainés par ceux de la première catégorie de vendeurs ayant un niveau d' instruction plus élevé. Ils superviseront les différents points de vente et se chargeront des vérifications de la régularité des souscriptions(signature des contrats , paiement de la prime) avant de transmettre au siège.

Au niveau du siège même, il y aura une structure d' encadrement et d' animation des réseaux capable de créer une dynamique de prospection ciblée. Ces inspecteurs eux doivent avoir un niveau d' études convenables. La mixité des groupes doit être entendue au niveau des sexes également. En effet, il est important d' intégrer des femmes dans les différents groupes. Leur compétence est reconnue dans l' art de négocier et de convaincre même dans le milieu non structuré.

Paragraphe 2 : La fidélisation de la force de vente

La mission dévolue à cette force de vente n' est pas des moindres. Il s' agit pour elle de convaincre d'abord le secteur informel pour l' amener à accepter l' Assurance vie et à souscrire des contrats. Cette tâche n' est pas aisée surtout si l' on connaît la réticence de ce marché vis à vis de tout ce qui est écrit en particuliers de l' assurance dont l' image n' est pas des meilleures sur nos marchés africains. Le marché est vaste et sa pénétration n' est pas facile.

De plus, compte tenu de la modicité de la prime, il leur sera demandé de fournir des efforts pour pouvoir placer le maximum de contrats pour, non seulement avoir des commissions substantielles, mais également rentabiliser le produit pour l' assureur.

La société d' assurance doit mener certaines actions à l' endroit des vendeurs afin de les amener à s' investir davantage dans cette opération. Elle doit outre les commissions versées, adopter un système d' intéressement en rémunérant les plus performants ; les inspecteurs seront

L' avantage de la clarté et de la simplicité des contrats profitera aussi aux vendeurs qui seront mis à l'aise dans les explications qu' ils seront appelés à fournir aux clients.

A - La rapidité dans l' établissement des polices et l' allégement des formalités de souscription

L' assureur doit se fixer un objectif : la réduction des délais d' exécution et l' amélioration du service aux clients.

Le formalisme excessif des assureurs n' est pas adapté au secteur non structuré nigérien. Privilégier la rapidité dans l' établissement des contrats est un atout pour l' assureur sur ce marché, comme l' exige le business. Il est nécessaire qu' il repense les modalités de souscription pour adopter un système simple pour les besoins du marché informel.

En effet, l' agent du secteur non structuré ne dispose pas de temps pour se déplacer vers le siège de la société pour remplir les formalités de souscription. Aussi, il revient à l' assureur d' aller vers ce marché assez particulier avec des formules de souscription allégées.

Nous avons pensé au système de livret comme formule parmi d' autres. Sur ce livret, il sera porté toutes les indications utiles à savoir : les noms et prénoms de l' assuré , les garanties accordées, les noms du ou des bénéficiaires et les prestations annexes. En outre, ce livret comportera une partie qui permet au client de suivre ses versements lui-même sans se référer au siège, ceci en cochant une case correspondante à chaque paiement de cotisation . Cette pratique a pour avantage de mettre en confiance le client car l' assureur joue la transparence.

Le livret est conservé par l' assuré. Quant au vendeur, il tiendra un répertoire des affaires conclues qu' il transmettra à l' inspecteur pour les besoins du contrôle et l' établissement définitif des polices à l' informatique dont un exemplaire sera remis au client. En cas de réclamation de la part du l' assuré, il adressera celle-ci à la compagnie en plus du livret et de l' original du contrat.

En ce qui concerne la gestion même de la police, l' assureur doit adopter un comportement qui ne prête à aucune équivoque face au marché

non structuré.

CHAPITRE III : LE SERVICE APRES VENTE

SECTION I : LA GESTION DES CONTRATS

La gestion des polices doit se faire dans la transparence la plus totale et avec rigueur. L'assureur doit aussi, pour les besoins de la réussite de l'opération, instaurer une communication régulière avec les clients.

Paragraphe 1 : Transparence et rigueur dans la gestion

Les assurés aimeraient être informés sur la gestion de leurs affaires. En effet, un reproche qui est souvent porté à l'endroit de l'assureur est le manque d'information qui entoure ses activités. L'assureur, face au marché informel doit inscrire ses actions dans le cadre du dialogue permanent avec les agents du marché afin de les mettre en confiance.

La transparence dans la gestion est une règle qu'il doit adopter. Elle s'entend pour l'assuré dans le suivi régulier de ses versements. Elle doit lui être fournie à chaque fois que cela est nécessaire. L'information peut consister en l'envoi d'état périodique de relevé de compte, des renseignements sur les éventuels ajustements de son contrat afférents aux plafonds des garanties accordées.

Il est fondamental pour l'assureur de ne pas négliger cet aspect "information" de la clientèle car il a à faire à un milieu insuffisamment instruit et de nature réfractaire à tout ce qui est écrit.

Toujours pour jouer la transparence dans la gestion des contrats, un relevé périodique doit être remis à chaque assuré afin de lui permettre de savoir la situation réelle de son compte c'est à dire connaître sa valeur. Ce relevé peut être adressé au client chaque mois par exemple, compte tenu de la périodicité de paiement des cotisations qui est assez courte et qui ne permet pas un relevé annuel comme c'est généralement le cas pour les autres contrats d'épargne que nous connaissons sur le marché nigérien.

La rigueur dans la gestion est exigée à l'égard des vendeurs.

Ceux -ci doivent obligatoirement déposer auprès des inspecteurs leur production journalière pour un contrôle régulier des affaires (nombre de contrats placés et cotisations récupérées et effectivement versées à la société). Leur comportement ne doit prêter à aucune confusion et toute indécatesse doit être sanctionnée sans délai par l' assureur. Ils sont les ambassadeurs de la société d'Assurance sur le marché et le moindre comportement malveillant peut avoir des conséquences fâcheuses sur l' image de marque de la société et des assurances en général pour tout ce qui concerne les différents produits vendus sur le marché.

L' un des apports du code CIMA en matière de contrat d' assurance est l' obligation qui est désormais faite à l' assureur d' informer les clients sur toutes les conditions du contrat à la souscription mais aussi, pour les con-trats Vie durant le déroulement de ceux-ci (article 75 du code). Cette obligation d' ordre légal est essentielle pour ce qui concerne le secteur informel dont le manque d' alphabétisation des agents constitue un handicap pour les structures formelles qui aimeraient s' y intéresser.

L' assureur sur le marché informel, doit instaurer une communication régulière avec le milieu afin de combattre l' ignorance de l' assurance qui y existe. Cette communication ne peut se faire que par le contact direct avec les clients ou par les médias (à travers des messages). Les voies modernes que sont le téléphone ou la boîte postale sont inopérantes dans le secteur informel. Aussi, les meilleurs informateurs pour l' assureur sont les vendeurs du contrat d'assurance sur le marché. Ils serviront de voix de transmission entre les parties contractantes.

Une grande sensibilisation doit être menée à leur niveau afin qu' ils remontent toute information bonne ou mauvaise ou toute réclamation formulée par le marché informel en ce qui concerne le produit vendu, les observations faites sur le service à la clientèle par les vendeurs eux- mêmes ou les services de gestion.

Des séances de rencontres périodiques sont aussi nécessaires entre l' assureur et les prescripteurs.

Ce comportement adopté par l' assureur vise à améliorer le service rendu à la clientèle pour une meilleure efficacité et un meilleur rendement sur le terrain. Il permet également à l' assureur de mieux connaître les besoins du marché en matière d' assurance et d' améliorer les produits existants.

Paragraphe 2 : la souplesse du produit

Le contrat doit s' adapter aux habitudes de vente du marché informel. L' assuré a le choix de la fréquence de versement de ses cotisations selon ses besoins et ses capacités. Compte tenu de la modicité des cotisations et pour les besoins d' un contrôle plus efficace de la gestion, les périodicités de versement les mieux indiqués sont à notre avis le paiement quotidien des primes. Cependant, l' assuré a la possibilité d' opter pour des versements hebdomadaires ou par quinzaine. Les paiements mensuels peuvent être autorisés à condition que l' assuré verse par anticipation la somme correspondante.

Les recettes sur le marché informel sont généralement modestes; il sera difficile de faire payer des cotisations mensuelles aux clients en une seule fois. Nous pensons que les paiements mensuels risquent de générer des impayés préjudiciables au contrat.

Il peut également être permis aux assurés d' améliorer le niveau de leur épargne en augmentant à tout moment le montant de la mise initiale ou en effectuant des versements exceptionnels.

SECTION II : LA RAPIDITE DANS LE REGLEMENT DES PRESTATIONS : AVANCE SUR POLICE , RACHAT , ET AUTRE AVANTAGES ANNEXES

Le secteur informel est en perpétuel mouvement. Cela se vérifie par la rapidité avec laquelle les affaires sont traitées. L' idée principale qui guide un agent de ce secteur à souscrire un contrat d' épargne est la disponibilité de son argent en cas de besoin. Aussi, l' assureur doit prendre en compte cet état de fait et revoir les délais de règlement des rachats et autres avances sur police demandés. Sur le plan réglementaire, il est dit que l' assureur doit mettre à la disposition de l' assuré le montant équivalent à la valeur de rachat de son contrat ou de l' avance demandée par ce dernier sur sa mise dans un délai d' un mois à partir de la demande (article 74 du code CIMA). Nous savons que pour le milieu informel beaucoup d' affaires peuvent se nouer ou se dénouer dans un temps très court. L' assureur ne doit pas faire une application à la lettre des dispositions du code pour ce qui concerne le temps de règlement des fonds demandés par les assurés sur leur épargne. Il doit le réduire à un temps raisonnable pour ne pas porter préjudice aux affaires du client. Le délai d' un mois est long pour un opérateur de l' informel .

Pour le secteur informel, l' assureur peut adopter le même procédé de décaissement que ce qui existe au niveau des guichets de caisses d' épargne. Il s' agit d' un paiement à vue sur présentation du livret. Le montant correspondant sera porté sur le livret et l'assuré a son nouveau solde. Le décaissement se fait immédiatement auprès de la société.

Les sinistres seront centralisés en fin de journée pour le contrôle et la saisie informatique. L' assuré a ainsi gagné du temps et ses affaires ne sont pas bloquées par l' assureur. La confiance régnera entre les parties. L' assureur renforcera son image de marque auprès de ses clients par cette action commerciale.

Cependant , un plafond peut être fixé en ce qui concerne le nombre de retraits et le montant à accorder par période.

Les défis que l' assureur nigérien doit relever pour pénétrer le secteur informel sont multiples. Il doit nécessairement adopter une philosophie nouvelle à tous les niveaux à savoir au niveau du produit , de sa distribution et du service à offrir à la clientèle pour gagner sa confiance sur le terrain. Ces différents défis ne sont pas impossibles à relever.

CONCLUSION GENERALE

Nous avons eu à le souligner déjà : le secteur informel dans nos pays pauvres d' Afrique constitue un grand marché que l' assureur ne doit pas négliger. C' est un marché important qui brasse beaucoup d' argent mais dont la pénétration n' est pas facile pour les institutions financières que sont les Assurances et les Banques. L' assureur nigérien doit , dans sa recherche de marché nouveau, penser à tout ce qui peut lui permettre d' être efficace et efficient sur ce marché. Il doit penser au produit qui est adéquat au milieu.

Dans notre approche, nous avons pensé que pour le cas du Niger, un produit d' épargne est facile à placer sur le marché.

L' assureur, dans la recherche de l' efficacité doit aussi penser aux modes de distribution les mieux adaptés au contexte et toute idée enrichissante doit être exploitée. Son comportement sur le marché aura une conséquence sur les résultats qu' il obtiendra.

La recherche de profit est la base de toute action commerciale. Aussi, la rentabilité du produit doit être un objectif que l' assureur doit se fixer. Une gestion saine et rigoureuse permet de maîtriser les frais de gestion. Ceux-ci ne doivent pas soumettre à des lourdes charges l' épargne collectée. Les sommes investies doivent être complétées par les gains réalisés. Cette rentabilité du produit ne se limite pas seulement au niveau interne. Les meilleurs placements doivent être recherchés par l' assureur pour les sommes collectées conformément aux règles prescrites par le code CIMA, dans le souci de rentabiliser au maximum l' épargne (nous savons que une partie des produits financiers peut compenser des pertes), mais également afin de mettre les assurés à l' abri de situations difficiles que pourrai connaître l' assureur.

Des obstacles existent cependant sur le chemin de l' assureur nigérien qui est intéressé par le secteur informel. Nous pensons parmi d' autres à l' inorganisation du milieu.

En effet, les pouvoirs publics ne se sont intéressés à ce marché que pour ériger des textes de loi permettant à l' Etat de percevoir des taxes et autres impôts. Le faible niveau d' instruction dans ce secteur constitue un handicap que l' assurer doit prendre en compte dans son approche. Il doit penser aux meilleures voies qui lui permettront d' accéder à ce marché.

Sur le plan fiscal, la taxe d'assurance Vie au Niger est de 6 %; ce qui est un inconvénient parce qu'elle pénalise l'épargnant qui est le premier à la supporter. Elle réduit la prime investie et par conséquent le niveau de l'épargne. L'assureur doit mener certaines actions à l'endroit de l'Etat afin d'aboutir à une défiscalisation de l'assurance Vie au Niger. Il faut signaler à ce niveau qu'un nouveau texte allant dans ce sens verra bientôt le jour en ce qui concerne les nouveaux produits Vie. Nous ne pouvons que saluer cette situation qui aura pour but principal de promouvoir la branche vie sur le marché nigérien, car dans la sous-région c'est l'un des rares pays où la taxe sur la VIE est encore en vigueur.

Les pénalités de rachat qui ont cours sur les contrats Vie sont mal perçues par les assurés qui ne comprennent pas ces frais prélevés gratuitement par l'assureur sur leurs fonds. Sur un plan technique, nous savons que ces pénalités servent à compenser la sortie de fonds anticipée que constitue le rachat pour l'assureur. Le rachat est une disposition légale, mais, quand l'assuré demande une avance ou lorsqu'il décide de façon prématurée de mettre fin à son contrat, pour quelque raison que ce soit; il apporte des perturbations dans la trésorerie de l'assureur qui est obligé de faire face à sa demande. La pénalité de 5 % autorisée par le code CIMA doit tout simplement être supprimée par l'assureur sur les contrats d'épargne qu'il aimerait proposer au secteur informel. Ce sera alors une action commerciale qui sera favorablement accueillie par les clients.

Le système de commissions escomptées qui est la pratique courante pour ce qui concerne les contrats d'épargne qui existent sur le marché nigérien (contrats de prévoyance retraite ou la rente éducation) n'est pas adapté au secteur informel. En effet, l'inconvénient majeur pour l'assuré dans ce procédé, est la diminution de l'épargne pendant les premières années du contrat car la prime investie est considérablement altérée par des commissions fortes. Les commissions à payer sur toute la durée du contrat au vendeur sont entièrement versées à celui-ci entre la première (pour 1,5 % par exemple) et la deuxième année du contrat (pour les 0,5 % restants). Le but est de permettre au vendeur d'avoir un montant de commissions assez substantiel afin de l'amener à produire d'avantage.

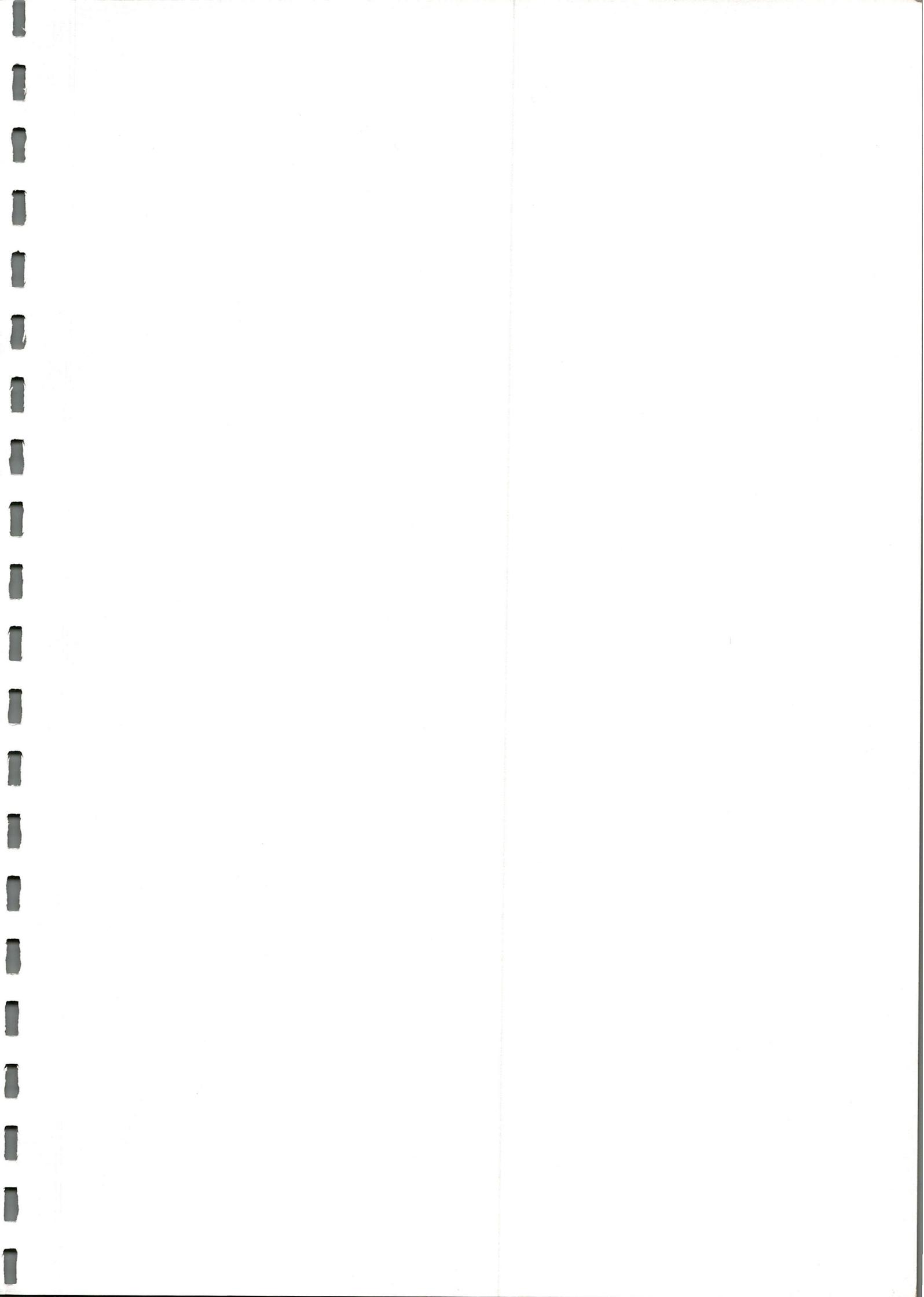
Pour le contrat d'épargne que nous voulons proposer au secteur informel, nous pensons que le système de commissions escomptées doit être

abandonné par l' assureur. La raison principale que nous pouvons donner est la modicité de la prime qui ne permet pas des retenues élevées. L' épargne sera fortement diminuée sinon annihilée pendant un certain temps. Cette pratique n' est pas à retenir pour ces contrats. Le vendeur recevra ses commissions au fur et à mesure que le contrat se déroule. Il se verra obligé dans ce cas de fournir plus d' efforts pour placer le maximum de contrats et pour avoir des commissions importantes. L' assuré, quant à lui, trouvera son affaire plus rentable.

Les frais de gestion retenus par l' assureur Vie sont souvent élevés. En effet, cette rubrique regroupe les frais de fractionnement, les frais de gestion de la prime et dans certains cas les frais de gestion de la provision mathématique (ceci concerne les contrats mis en réduction). Nous pensons que ce poste peut être allégé. L' assureur peut aussi opter tout simplement pour leur abandon.

Le blocage de l' épargne pendant les deux premières années du contrat même s' il est autorisé par les dispositions légales (article 74 CIMA) ne peut pas être appliqué au secteur informel. En effet , la rapidité des transactions du secteur non structuré nécessite une épargne presque à vue. La disponibilité de la mise est une condition de réussite pour l' assureur. Pour ce faire, il doit trouver la formule qui ne freine pas l' effort d' épargne des assurés. L' assureur qui aimerait affronter le secteur informel doit en tenir compte.

Voilà, après un travail tout à fait personnel , ce que nous pensons être le comportement que l' assureur nigérien doit adopter comme attitude pour pénétrer le secteur informel. La profession de l' assureur est la gestion des risques. Ceux qui existent dans ce secteur mal cerné malgré toutes les études menées sur ce marché, doivent - ils arrêter l' assureur africain dans sa recherche de marchés nouveaux ? Cette question que nous introduisons en fin de travail s' adresse certainement à tous les assureurs de la zone CIMA qui devraient mener des actions communes pour dégager des stratégies que l' on peut mettre à l' essai sur tous nos marchés du secteur informel. En effet, ils présentent tous des similitudes dans leur organisation et les pratiques qui prévalent. Les compagnies d' assurance doivent constituer des comités de réflexion à ce sujet.



BIBLIOGRAPHIE

1- CIADFOR-Information(bulletin du Centre Interafricain pour le Développement de la Formation Professionnelle) N° 49 Août 1983

2- OPERATEUR ECONOMIQUE N° 1 Juin 1987 39 pages

3- MASP-NIGER / phase I & II : description du secteur privé / Rapport final AADI/USAID 1980

4- Rapport de la 1ère phase & des 1ères enquêtes sur le secteur informel & la petite entreprise : Direction de la Statistique & de l' Informatique (DSI) / Ministère du Plan - République du Niger- 1982

Autres documents consultés

-FANAF 19è Assemblée Ouagadougou 1994 / Assurance et secteur informel au Niger communication de Monsieur TALATA MAMADOU - DG de l' Union Générale des Assurances du Niger(UGAN)

- FANAF 20è Assemblée -Yamoussoukro 1996 / pénétration de l'Assurance dans le secteur informel: marché ivoirien/ communication de Mr Joseph Mancambou(Nouvelle Société Interafricain d'Assurances-NSIA)

-FANAF 20è Assemblée -Yamoussoukro 1996 / pénétration de l' Assurance dans le secteur informel/ cas de la G.M.C Cameroun / Mr Mbock Bahoya / D.C de la G.M.C

- FANAF 20è Assemblée -Yamoussoukro 1996 / l' Assurance et le secteur informel en Tunisie : communication de Mr Rachide Ben Jemia/ DGA de la Compagnie Méditerranéenne d' Assurances et de Réassurances " C.I.M.A.R " Tunisie

- Le secteur informel à Yaoundé: principaux résultats - enquêtes 1-2-3 ; phase 2/ Direction de la Statistique & de la Comptabilité Nationale/ République du Cameroun