

**COMMENT ASSURER UNE MEILLEURE  
COUVERTURE DES RISQUES DE PME - PMI  
AU CAMEROUN**

---

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES POUR L'OBTENTION  
DU DIPLOME D'ETUDES SUPERIEURES D'ASSURANCES

Redigé et soutenu par :  
**AMBASSA Barthélemy**  
Juillet 1988

Sous la Direction de :  
**M. NDOBO Basile**  
Chef de Division Risques Divers  
SOCAR

D E D I C A C E

ooooo

A mes parents, Monsieur OMGBA Simon et Madame OMGBA née NTSAMA Xavérie,

A ma chère épouse Mre AMBASSA née MENDANA Augustine Julienne,

A mes enfants,

A mon ami d'enfance, Emmanuel MBONG,

A tous les enseignants qui, depuis la maternelle, ont eu à me transmettre des connaissances,

A tous ceux avec qui j'entretiens des relations fraternelles et amicales.

JE DEDIE CE MEMOIRE.

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à exprimer ici nos sincères remerciements à Monsieur NDOBO Esile, Chef de Division des Risques divers à la Société Camerounaise d'Assurances et de Réassurances, pour avoir accepté, malgré ses nombreuses occupations et notre éloignement, de superviser ce modeste travail.

Nos remerciements s'adressent aussi à Mme . TOMBE née BIAMESSE à BIDIAS Dorothée qui a assuré la dactylographie de ce mémoire.

## A) V E R T I S S E M E N T

\*\*\*\*\*

o

Nous avons voulu par cette étude prospecter l'important marché des PME-PMI, il nous a paru intéressant en effet, au moment où la PME-PMI devient la "pierre angulaire" de l'édifice" de notre économie, de faire le point des rapports PME-PMI et Assurance et d'envisager des possibilités d'extension et de diversification de ce partenariat.

Des insuffisances et des incorrections pourront être décelées ici ou là dans ce modeste travail de recherche que la brièveté du temps et bien d'autres obstacles nous aurons empêché de peaufiner.

D'avance nous nous en excusons auprès de nos lecteurs et remercions déjà ceux qui nous feront des remarques constructives pour la poursuite de notre carrière.

Nous voulons terminer en soulignant que les opinions, ici exprimées, n'engagent l'auteur qu'en qualité d'étudiant.

AMBASSA Barthélemy.

0  
//INTRODUCTION GENERALE : INTERET DE L'ETUDE ET EXPOSE DU PROBLEME  
-----

L'implantation de grands complexes industriels, dans nos pays sous-développés, n'a pas toujours eu les résultats heureux qu'on attendait. Certaines de ces unités se sont vite révélées n'être que des gouffres financiers, fonctionnant à coups de subventions, ce qui, au Cameroun, a entraîné la dissolution de bon nombre d'entre elles. Nous avons les cas de la CELLUCAM, de la PAMOL, de la SOCAME...

Devant ce constat d'échec, hommes politiques et économistes ont depuis peu découvert la panacée contre la crise économique persistante qui tend à nous asphyxier : Il s'agit de la promotion des PME et PMI.

Il n'existe pas de définition encyclopédique des notions de PME-PMI. Au Cameroun, ce sont les organismes financiers bailleurs de fonds et le Ministère de tutelle des PME qui se sont efforcés de donner chacun une définition de ce qu'il entendait par PME-PMI.

Dans tous les cas, trois critères de sélection reviennent toujours : Le montant des investissements, l'origine des capitaux et l'effectif en hommes qu'utilise la PME.

En décidant de baser leur politique de relance de l'économie sur la promotion des PME et PMI, les pouvoirs publics optent pour une solution réaliste parce que les PME-PMI offrent des avantages certains, comparées aux grands complexes industriels.

D'abord la création d'une PME ne nécessite pas de gros capitaux. Donc, pas de problème majeur de financement ; ensuite la PME a recours à la main d'oeuvre locale ; elle resorbe le chômage.

Enfin elle utilise les matières premières locales. A cela ajoutons l'avantage que les PME touchent à tous les secteurs d'activités : Industrie, transport, commerce général, bâtiment et T.P., services, agro-industrie...

Au total le taux de rendement économique est favorable pour les PME-PMI.

.../...

Mais un projet ambitieux comme la relance de l'économie ne peut se faire sans se prémunir des coups du sort si on veut atteindre les buts visés et c'est ici que les assurances interviennent.

A ceux qui sollicitent des crédits d'organismes financiers, on exige souvent une assurance sur la vie du propriétaire de la PME et une assurance incendie pour la couverture des installations qu'il exploite, on va rarement plus loin.

Ceux qui se lancent dans la promotion des PME-PMI grâce à leur propre épargne, et qui sont les plus nombreux ne se font aucun souci de l'assurance, les plus prévoyant se couvrent en incendie, le but premier étant de se faire vite des bénéficiaires. Les risques sont pourtant nombreux et les possibilités pour les couvrir sont le moins qui manque.

Le promoteur de la PME-PMI a souvent une connaissance approximative des risques de son entreprise, de sa capacité à résister à un risque, et des implications possibles d'un sinistre sur son activité, il faut faire connaître les assurances que les assurables ignorent et étudier la possibilité de placer les différents produits dans ce marché potentiel des PME-PMI. La meilleure couverture des risques de PME-PMI est à ce prix, ce qui justifie les deux parties :

- I. - L'établissement d'un plan d'assurance PME-PMI
- II. - Stratégie pour une meilleure pénétration de l'assurance dans les PME-PMI.


 PREMIERE      PARTIE  
 +++++

L'ETABLISSEMENT D'UN PLAN D'ASSURANCE PME-PMI

O

O O

INTRODUCTION : Le paysage économique du Cameroun, avons nous dit, se modifie continuellement depuis environ une décennie.

De l'aptitude des assureurs à suivre et à s'adapter à ces mutations de la vie économique, peut dépendre le succès de la politique de relance économique.

En France, il existe déjà ce qu'on appelle "multirisque PME-PMI", regroupement de cinq à six polices selon les besoins du client. Ce qui montre le souci des assureurs dans ce pays de satisfaire l'attente des clients.

Au Cameroun les relations PME-PMI et Assureurs sont marquées par une certaine monotonie, c'est toujours le traditionnel contrat incendie qu'on propose à la PME alors qu'il existe une gamme variée de polices, qui intéresserait certainement les PME-PMI.

L'établissement d'un plan d'assurance doit répondre aux besoins réels de la nouvelle clientèle ; il doit pouvoir dynamiser les relations entre PME-PMI et Assureurs.

Nous avons regroupé en trois titres les garanties, selon que nous les avons jugées essentielles, spécifiques ou facultatives.

TITRE I. - LES GARANTIES ESSENTIELLES A TOUTES PME-PMI

Assurer l'entreprise PME-PMI, c'est la protéger contre les événements qui peuvent mettre en péril sa pérennité, son existence. Le chef d'entreprise a donc besoin d'avoir des garanties pour son patrimoine : ses bâtiments et outils de production, la production elle même et les résultats du bilan en cas d'évènements aléatoires.

.../...

On se doute bien de l'importance du nombre de couvertures qu'un assureur peut offrir face à tels besoins. De peur de ne pouvoir les cerner toutes, et compte tenu des "moyens limités" des promoteurs de PME-PMI,

Nous avons choisi de proposer quelques unes qui nous semblent vitales et qui s'accommoderaient à n'importe quelle PME-PMI. Il s'agit des garanties R.C. des entreprises, Vol et de l'assurance dégât des eaux. Nous avons choisi de ne pas parler de l'assurance incendie qui est généralement proposée, mais elle doit figurer dans tout plan d'assurance.

#### CHAPITRE I.

#### L'ASSURANCE CONTRE LE VOL

##### Section 1. - Définition de la garantie.

Plusieurs formes d'assurances Vol peuvent être envisagées suivant la nature du risque contre lequel on veut se prémunir, on a ainsi le vol par effraction du mobilier, des marchandises et les vols par agression sur la personne.

Dans tous les cas, l'assureur garantit l'indemnisation de la perte pécuniaire résultant de la disparition, de la destruction ou de la détérioration des marchandises, du mobilier personnel et du matériel assurés, du fait d'un vol, d'une tentative de vol ou d'un acte de vandalisme.

##### Section 2. - Conditions d'application de la garantie.

Pour que l'assuré bénéficie de la garantie, le vol doit survenir dans deux conditions distinctes :

- soit il est commis par effraction des locaux assurés,
- soit il est précédé ou suivi de meurtre, de tentative de meurtre, de menaces ou de violences dûment établies sur l'assuré, un membre de sa famille, de son personnel ou toute autre personne, mais seulement si elle se trouve dans les locaux assurés.

D'autres conditions peuvent être limitativement acceptées.

- les vols par escalade
- l'usage de fausse clé
- l'introduction clandestine.

.../...

Sect. 3. - Les extensions de garantie

La garantie peut être étendue aux détériorations mobilières et immobilières ;

- aux actes de vandalisme
- aux remboursements de frais de gardiennage
- aux honoraires d'experts.

Sect. 4.- Les exclusions de garantie

La garantie de l'Assureur ne joue pas dans les hypothèses suivantes :

- Vol commis à l'occasion d'une guerre étrangère ou civile ou résultant d'un incendie ;
- vol commis ou provoqué intentionnellement par l'assuré ;
- vol commis par les membres de la famille ou ceux résidant chez l'assuré.

Sect. 5.- Le montant de la garantie

L'assuré a la possibilité de voir ses biens couverts par quatre types de valeurs assurées :

- Assurance en valeur totale

L'ensemble des objets garantis est couvert pour la totalité de la valeur déclarée. En cas de sous-assurance, il y a jeu de la réduction proportionnelle.

L'Assurance en valeur partielle

L'assuré déclare la totalité des objets assurés, mais accepte de limiter le capital assuré à une somme inférieure à cette valeur totale. La règle proportionnelle est écartée si la déclaration de valeur totale est suffisante. Il y a danger en cas de vol important dépassant le capital assuré réellement.

L'assurance en valeur agréée.

Les parties conviennent de la valeur d'un objet généralement après expertise, cette forme d'assurance est généralement réservée aux objets d'arts.

L'assurance au 1er risque.

Elle couvre un capital limité, fixé, forfaitairement par l'assuré. Au dessous de ce plafond, l'assureur indemnise sur la base de la valeur des objets volés. On fait une distinction entre premier risque conditionnel et premier risque absolue.

## FRANCHISE ET TARIFICATION

### a) - La franchise

Elle peut être absolue (exprimée en valeur) ou être exprimée en pourcentage du sinistre.

### b) - La tarification

La tarification tient compte de la zone, si le territoire a été découpé en zone. Elle tient aussi compte de la protection du risque, de la nature des marchandises, de l'accessibilité des locaux.

## CHAPITRE II

### L'ASSURANCE DE RESPONSABILITE CIVILE GENERALE DES ENTREPRISES PME-PMI

L'assurance de responsabilité est une assurance de dommages à caractère indemnitaire dont l'objet est la dette de responsabilité de l'assuré envers le tiers victime.

Les responsabilités civiles générales des entreprises sont de deux types : La R.C. Exploitation et la R.C. Produits livrés.

#### I. - RESPONSABILITE CIVILE EXPLOITATION

Définition : La responsabilité civile exploitation ou R.C. pendant travaux est la responsabilité de l'entreprise du fait des dommages causés aux tiers au cours de ses activités.

L'entreprise comprend plusieurs éléments qui peuvent causer des dommages en cours d'exploitation : le personnel, les bâtiments, le matériel, les marchandises, toutes les installations et canalisations etc...

#### II. - LES ASSURES.

- Le chef d'entreprise
- les préposés de l'entreprise
- les associés
- les gérants
- les administrateurs.

.../...

### III. - LES DOMMAGES COUVERTS

L'assurance de R.C. Exploitation couvre à la fois :

- les dommages matériels
- les dommages corporels

#### Conditions.

- Le Fait générateur
- Le dommage
- un lien de causalité entre le fait générateur et le dommage.

#### Fondement.

La responsabilité civile exploitation étant une R.C. délictuelle ou quasi délictuelle, son fondement a une nature éclectique, parce que tenant à la fois de la faute, de la présomption de faute, et de la théorie des risques.

### II. - LA RESPONSABILITE APRES LIVRAISON ET RESPONSABILITE PRODUITS.

#### Section 1. - Définition :

Les responsabilités civiles après livraison et Produits sont de même nature et l'on peut employer indistinctement les deux expressions. La R.C. Produits n'est qu'un cas particulier de la R.C. après livraison.

C'est plus précisément de la R.C. après livraison en matières de produits ingérables (denrées alimentaires, produits pharmaceutiques) ou applicables au corps humain (savons, parfums, cosmétiques, produits de beauté, etc...), ou aux animaux (aliments du bétail, produits anti-parasitaires), en revanche, on parle plutôt de responsabilité civile après livraison pour ce qui n'est pas alimentaire ou pharmaceutique.

#### Section II. - La garantie.

Ces assurances ont pour objet de garantir les conséquences pécuniaires de la R.C. auxquelles l'assuré peut être tenu après livraison des produits, marchandises, matériels fournis par son entreprise en raison : des dommages corporels, - des dommages matériels, - des dommages immatériels, dès lors que ceux-ci ont leur origine :

- soit dans une erreur de conception ou un vice caché (vice de matière, malfaçon quelconque dans la fabrication, le montage, l'assemblage, l'entretien).
- soit dans le conditionnement, le stockage, la distribution ou la prescription.

## Sect. II- Condition d'exercice de la garantie.

La garantie en Assurance de R.C. après livraison joue seulement si le dommage s'est réalisé après la livraison du produit, mais qu'est-ce que la livraison ?

Une définition nous est donnée par le comité Européen des assurances sur l'assurance R.C. produits : (1)

"La livraison est la remise effective du produit par l'assuré à une tierce personne. Elle est réputée s'effectuer à partir du moment où l'assuré perd les moyens pratiques d'exercer un contrôle matériel direct sur les conditions d'usage ou de consommation du produit ou de modifier ces conditions".

## Sect. IV.- LES RESPONSABILITES COUVERTES.

L'assureur couvre deux types de responsabilités :

- La responsabilité contractuelle vis-à-vis des clients ;
- la responsabilité délictuelle et quasi-délictuelle vis-à-vis des tiers.

## Sect. V.- LES EXCLUSIONS.

Elles sont soit générales et concernent l'ensemble du contrat d'assurance de R.C., soit particulière au risque "après livraison", Il s'agit de :

- Des frais engagés par l'assuré en vue de remédier aux défauts de ses produits ou leur disparition prématurée
- Des frais exposés en vue d'éviter ou de diminuer les dommages
- Des dommages prenant leur origine dans les réserves formulées sur le produit lors de sa livraison ;
- Des dommages survenant postérieurement à la suspension ou à la résiliation du contrat.

## CHAPITRE III - LA GARANTIE DEGAT DES EAUX.

Pour la sauvegarde des éléments de leur patrimoine, les responsables des PME-PMI ne souscrivent le plus souvent qu'une assurance incendie, oubliant que l'eau peut avoir une action toute aussi dévastatrice que le feu

---

(1) Rapport du Comité Européen des Assurances sur l'assurance R.C. Produits 1972.

De nombreuses PME commerciales disposent de stocks de marchandises (ciment, farine, appareils électroniques etc...) sur lesquels l'eau a une action nocive.

Or, les commerçants ne se rendent pas compte du coup qu'une inondation dans leur magasin peut porter à leurs activités, c'est ce qui explique notre intérêt pour cette garantie que nous présentons.

#### Section 1. - Les dommages couverts.

L'assureur garantit les dommages matériels, responsabilités, frais et pertes causés par les fuites d'eau accidentelles provenant exclusivement :

- des conduites non souterraines
- de tous appareils fixes à effet d'eau ou de vapeur ou de chauffage
- de la rupture ou de l'engorgement des cheveaux ou des conduites d'évacuation des eaux pluviales
- des infiltrations au travers des toitures, terrasses, balcons ou ciels vitrés.

La garantie dégâts des eaux couvre aussi, et ceci est spécifique aux pays de grand froid, les dommages matériels directs causés par le gel aux appareils fixes à effet d'eau ou de vapeur ou de chauffage aux conduits non souterraines, situés à l'intérieur de bâtiments normalement chauffés.

### TITRE II. - LES GARANTIES SPECIFIQUES AUX PMI.

Nous avons sélectionné deux types de police qui peuvent intéresser toutes les PMI, mais qui jusque là sont sous exploitées. Les PMI disposent de machines outils grace auxquelles elles transforment les matières premières en produits finis. C'est pour cette raison que nous parlerons ici des assurances Bris de machines et de la perte d'exploitation après Bris de machines.

#### CHAPITRE I. : L'ASSURANCE BRIS DE MACHINES.

L'assurance Bris de machines a pour objet d'offrir aux Chefs d'entreprise une protection contre les dommages subis par leur machines ou leurs équipements et installations mécaniques ; à part ce rôle qui consiste à décharger l'assuré du risque financier qui lui fait courir un risque accidentel, l'assurance bris

.../...

de machines présente un autre avantage. Les entreprises assurées n'ont plus besoin de constituer des réserves pour sinistres.

Nous allons examiner successivement qui sont les assurés (section I) - quelles sont les garanties offertes et le matériel qui peut être assuré (sect. II)

quelles sont les exclusions (section III) puis enfin la tarification.(sect.IV).

#### SECTION I. - LES ASSURÉS

L'assurance Bris de machines intéresse dans toutes les industries,

- Les sociétés et usines de grande dimension, comme les PME-PMI, qui exploitent les machines et engins,

- Elle s'adresse au propriétaire individuel d'une machine ,

- Enfin les banques qui ouvrent les crédits pour l'achat de machines et d'équipements y trouveront aussi un intérêt.

#### SECTION II. - LES OBJETS ASSURABLES ET LES GARANTIES OFFERTES.

##### A. - Les objets assurables

Ils comprennent tous les appareils, machines, équipements et installations mécaniques.

Il s'agit notamment de machines servant à la production d'énergie (turbines, alternateurs)

- les machines servant à la distribution d'énergie (transformateurs, installations à basse et haute tension)

- Toutes les machines de production et les machines auxiliaires (machines outils, métier à tisser, machines à papier, pétrisseuses, pompes, compresseurs, récipients, appareils, conduits).

L'assurance devrait si possible s'appliquer à l'ensemble des matériels d'une entreprise ou à une unité de production complète. L'entreprise doit fournir un inventaire de toutes les machines à assurer et en donner les principales caractéristiques.

.../...

B. - LES garanties offertes.

L'assurance bris de machines garantit les dommages soudains et imprévus, il s'agit bien entendu des dommages matériels, la machine doit en avoir subi au point que des réparations ou des remplacements soient nécessaires. Sont donc garantis :

1. - Les vices de constructions, les défauts de conception de fabrication ou de montage, défauts de matière ou de coulée,
2. - Fausses manoeuvres, maladresse, négligence malveillance,
3. - La rupture par la force centrifuge
4. - Les courts-circuits et autres causes électriques
5. - Le manque d'eau dans les générateurs
6. - Les explosions dues à des phénomènes physiques
7. - La tempête, le gel, débâcle des glaces.

SECTION III. - LES EXCLUSIONS

Les causes de dommages qui ne sont pas garantie sont énumérées dans la Police. Les principales sont les suivantes :

- Les périls pouvant être couverts par d'autres assurances tels que l'incendie, le vol.
- l'usure provenant du fonctionnement ou de l'usage normal.
- les actions intentionnelles ou des négligences graves de l'assuré ou de ses préposés.
- Les défauts ou vices qui existaient au moment de la souscription du contrat et dont l'Assuré avait ou aurait dû avoir connaissance.
- Les dommages tombant sous le coup de la garantie du fournisseur.
- Les inondations, crues et tremblements de terre.

Sont également exclus les matériels dont la durée de vie est brève par rapport à celles des machines. Il s'agit des outils interchangeables de tous genres,

- des tamis, gaufroirs, poinçons, matrices, cordes, chaînes, courroies
- les éléments en verre, céramique, et en bois et les bandages en caoutchouc.

SECTION IV. - LA VALEUR D'ASSURANCE ET LA TARIFICATION

A. - La somme assurée doit pour chaque machine garantie être égale à la valeur de remplacement de ladite machine (valeur à neuf augmentée des frais de douane ainsi que des frais de transport et de montage).

Il y a lieu de s'interroger pourquoi la valeur à neuf. Lorsque le dommage est réparable, les pièces usagées sont remplacées par des pièces neuves.

Si la valeur d'assurance change en cours de contrat pour une raison quelconque (hausse de prix), l'assuré doit en informer la compagnie pour éviter une sous-assurance.

#### B. - Tarifification.

Les taux de prime pratiqués en bris de machines sont déterminés suivant les méthodes statistiques, ils sont fixés individuellement pour chaque genre de machines et c'est ce taux qu'on applique à la valeur de la machine pour trouver la prime à payer par l'assuré.

⊕

⊕ ⊕

⊕

L'assurance de bris de machines couvre des dommages matériels, mais ce ne sont pas les seuls qui peuvent survenir. L'arrêt de la production de biens dû à un bris de machines peut entraîner les pertes au niveau des résultats du bilan, ces pertes sont des dommages immatériels qui sont couverts par une garantie spécifique. La garantie perte d'exploitation après bris de machines qui fait l'objet du chapitre suivant.

CHAPITRE II. - LA PERTE D'EXPLOITATION APRES BRIS DE MACHINES.

L'assurance perte d'exploitation a pour but de remettre l'assuré dans la situation financière qu'il aurait occupée si l'évènement contre les conséquences duquel il s'est couvert ne s'était pas produit. Il s'agit de couvrir les pertes financières telles, la diminution de bénéfices due elle même à celle du chiffre d'affaires ou les frais généraux permanents non rentabilisés.

Les assurables ne voient pas toujours la nécessité de se garantir en pertes d'exploitation, pourtant les dommages immatériels peuvent être deux à trois fois plus importants que le dommage matériel lui-même. Pour assurer la pérennité de son entreprise et relever le défi commercial, le promoteur de la PME-PMI doit aussi souscrire une garantie Perte d'Exploitation après bris de machines. Examinons dans le détail ce qu'offre cette police.

Section I. - L'OBJET DE L'ASSURANCE.

L'étendue de la garantie de l'assurance des pertes d'exploitation après bris de machines couvre les préjudices, dus à l'interruption d'exploitation causés par un dommage matériel, entraînant l'obligation d'indemniser au sens de l'assurance bris de machines. Par dommages matériels, on entend toute destruction ou dommage se produisant d'une manière soudaine ou imprévue sur une machine désignée au contrat d'assurance et qui rend sa réparation ou son remplacement nécessaire (les différentes causes ont déjà été énumérées V. supra). p. 11.

Section II. - LE SINISTRE EN PERTE D'EXPLOITATION.

Ils peuvent être de deux types, mais dans chacune des hypothèses l'assuré s'appauvrit du fait d'un dommage matériel contre lequel il est couvert : le bris de machines.

1.- L'arrêt de l'exploitation provoque une diminution de la production qui entraîne une baisse de chiffre d'affaires.

2.- Des frais supplémentaires sont mis en oeuvre ou d'autres mesures prises pour éviter ou diminuer la réduction du chiffre d'affaires qui résulterait normalement du sinistre pendant la période d'indemnisation.

La mise en oeuvre de frais supplémentaires doit normalement être l'objet d'un accord préalable avec l'assureur.

.../...

Section III.- DISTINCTION ENTRE PERTE D'exploitation après incendie  
ET PERTE D'EXPLOITATION APRES BRIS DE MACHINES.

Deux notions permettent de faire la distinction entre la Perte d'Exploitation après incendie et la Perte d'Exploitation après bris de machines, il s'agit de la franchise et de la période d'indemnisation.

§1. - La franchise.

Encore appelée délai de carence, elle constitue une période exprimée en heures ou en jours commençant avec le sinistre, pendant laquelle l'assuré reste son "propre assureur". Elle permet à l'assureur de faire abstraction dans son appréciation du risque, du poids d'accidents bénins, vicissitudes normales d'une entreprise, qui peuvent être supportables ou rattrapées.

En règle générale la franchise ne doit pas être inférieure à sept jours. Mais la fixation de celle-ci est fonction de la quantité de produits finis en stock, de la possibilité de rattraper le manque de production, ainsi que de l'importance des charges financières qui peuvent être supportées par l'entreprise elle-même.

L'importance de la franchise permet de diminuer le montant de la prime.

§2. - La période d'indemnisation.

Les sinistres pertes d'exploitation, à l'encontre du sinistre en dommage matériel, dépendent du facteur de temps, il est d'autant plus grand que l'exploitation est plus longtemps interrompue ou réduite par un sinistre dommage. Il faut limiter la durée de responsabilité de l'assureur: La période d'indemnisation représente l'intervalle de temps maximum pendant lequel l'assureur indemnise le sinistre occasionné par l'interruption de l'exploitation.

.../...

### TITRE III - LES AUTRES GARANTIES.

Les garanties que nous présentons sous cette section, sont peu ou pas encore proposées au public dans le marché Camerounais. Il s'agit de la protection juridique et de l'assurance des risques à l'exploitation.

#### CHAPITRE I. - LA PROTECTION JURIDIQUE.

Diriger une PME-PMI, c'est aussi en assumer la responsabilité juridique. Si la grande entreprise possède les structures nécessaires pour régler ses problèmes juridiques, ce n'est pas le cas pour la petite unité.

La PME est appelée à avoir des relations juridiques avec des partenaires les plus divers : salariés, propriétaires, locataires, fournisseurs, clients, prestataires de services divers.

Ces relations entraînent nécessairement à un moment ou un autre des conflits et le recours à un spécialiste du droit est coûteux.

L'assurance protection juridique est un produit original qui est à mi-chemin entre l'assistance et l'assurance. Proche de l'assistance dans la mesure où il s'agit essentiellement d'une prestation de service, elle est aussi une assurance puisque en contre-partie de la prime, elle permet la prise en charge, par l'assureur, des frais entraînés par une procédure judiciaire, dans les limites du contrat.

#### Section 1. - Cas d'intervention de la Protection juridique.

On ne peut dresser leur liste exhaustive des cas où la protection juridique pourrait intervenir. Citons néanmoins les litiges découlant :

- de l'exécution d'un contrat de travail (contestation d'un licenciement)
- De relations contractuelles (fournisseurs, prestataires de services, vendeur etc)
- De recouvrements de créances : (créances consécutives à la livraison de biens, à la réalisation de travaux)
- De l'application d'un contrat d'assurance (de R.C. par exemple).

... /...

Section 2. - Procédure dans la garantie de Protection juridique

Le règlement en Protection juridique passe par trois étapes :

- une étape de conseil :

L'assureur donne à l'assuré un avis sur l'étendue de ses droits et la façon de les faire valoir.

- une étape amiable :

L'assureur met en oeuvre tous ses moyens pour régler le litige à l'amiable en exerçant son recours ou en défendant l'assuré.

- une étape judiciaire.

L'assureur donne à l'assuré la possibilité de le faire défendre devant les juridictions compétentes lorsqu'une solution amiable n'a pu être obtenue.

CHAPITRE II. - ASSURANCE des "RISQUES à l'EXPORTATION".

Elle permet la conquête de marchés extérieurs sans courir le risque de l'insolvabilité des débiteurs étrangers. En effet les PME-PMI camerounaises exportent de plus en plus et parce qu'il n'existe pas d'organisme public chargé, au Cameroun, de la couverture des risques liés à l'exportation, il revient aux assureurs privés d'offrir leurs services.

L'exportateur peut se trouver confronté à deux types de situation :

- Avant la livraison des marchandises ou des matériels commandés, il est exposé à une interruption de marché : c'est le risque de fabrication ;
- Après la livraison, il arrive qu'il ne puisse recouvrer tout ou partie de sa créance, c'est le risque de crédit.

Les événements susceptibles de provoquer la réalisation de ces risques sont deux ordres : politique et commercial.

Les risques politiques sont ceux qui résultent soit d'un fait politique, soit d'une calamité naturelle.

Les risques commerciaux quant à eux résultent de la détérioration de la situation financière de l'acheteur.

Section 1. - UTILITE DE CETTE ASSURANCE POUR LA PME.

Elle garantit la bonne fin de tous les crédits accordés par l'assuré à l'occasion de vente de marchandises à tous les stades de la production, transformation, vente en gros.

a) Avantage principal

Elle garantit contre l'insolvabilité des clients, celle-ci devant s'entendre de la cessation de paiement et non du simple refus de payer.

b) Avantages annexes

- Le fichier commercial de la compagnie d'assurances crédit permet à l'assuré d'obtenir des renseignements sur la solvabilité des clients éventuels.
- le service contentieux de la compagnie peut intervenir dans la récupération des créances commerciales litigieuses.

Section 2. - DIVERSITE DES FORMULES POSSIBLES.

- Le contrat global

⊕ Il convient aux entreprises envisageant d'accorder des crédits individuels élevés à une clientèle peu répartie ;

⊕ On y distingue les clients "dénomés" et les clients "non dénomés".

- Le contrat forfaitaire.

⊕ Il convient aux entreprises ayant un grand nombre de clients mais de découverts peu importants.

// O N C L U S I O N de la PREMIERE PARTIE

oooooooooooo

La présentation des garanties à proposer aux PME-PMI faite sous la forme d'un plan d'assurance n'est pas ici limitative. On peut imaginer diverses autres formules de garanties qu'on pourrait même considérer comme des produits nouveaux dans notre contexte :

L'assurance des matériels électroniques,  
Les assurances pertes de produits en entrepôts frigorifiques  
et perte de la valeur vénale du fonds de commerce, etc.

Ce sont à notre avis, des garanties "sophistiquées" et un peu superflues, pour le moment, nous avons tenu compte de la psychologie et des moyens de nos promoteurs de PME-PMI.

Notre plan d'assurance, nous l'espérons bien peut répondre aux attentes de plus d'une PME-PMI. Il reste maintenant à étudier, considérant le contexte, la stratégie à adopter pour faire pénétrer l'assurance dans le marché des PME-PMI.

O

OOO

O

//)) DEUXIEME //)) ARTIE  
 \$\$\$\$\$\$\$\$\$\$

o

o o

((  
 )) STRATEGIE POUR UNE MEILLEURE PENETRATION DE  
L'ASSURANCE DANS LE MARCHE DES PME-PMI.

o

//INTRODUCTION

Nous avons, au fil des pages précédentes, présenté les garanties que l'on peut offrir à nos PME-PMI, les pouvoirs publics ont déjà mis en place un certain nombre de structures pour encourager l'expansion du secteur PME-PMI : Citons entre autres la création des organismes tels le CAPME (CENTRE D'ASSISTANCE aux PETITES et MOYENNES ENTREPRISES), le FOGAPE (FONDS de GARANTIE et d'AIDE aux PETITES et MOYENNES ENTREPRISES) et l'adoption d'un nouveau code des investissements dont le régime C, fait une part belle aux PMI-PMI.

Les assureurs quant à eux ne s'intéressent pas vraiment au marché des PME-PMI. La pénétration, timide, est rendue plus difficile encore par de nombreux obstacles. Alors qu'on devrait avoir la situation contraire tant il est vrai que l'assurance apporte la garantie de la réalisation des projets des entreprises.

Nous allons dans un premier titre faire une analyse-diagnostic de la situation du marché des PME et dans, un second titre nous traiterons de la stratégie globale de marketing que doivent adopter les assureurs dans leurs démarches pour une meilleure couverture des risques PME-PMI.

.../...

TITRE I. - ANALYSE - DIAGNOSTIC de la SITUATION du MARCHÉ PME-PMI

Pour pouvoir imaginer une stratégie de pénétration du marché PME-PMI, une étude analytique du terrain sur lequel va se dérouler l'action est nécessaire. Cette étude, nous l'avons axée autour de quatre points :

- La segmentation du Marché
- Le comportement du consommateur
- Les motivations du consommateur
- La distribution des produits.

CHAPITRE I. - LA SEGMENTATION DU MARCHÉ.

Segmenter un marché c'est "découper" le marché potentiel total d'un produit ou d'un service en un certain nombre de sous-ensemble afin de permettre à une entreprise de mieux adapter sa politique de Marketing à chacun de ces sous-ensembles.

La population des PME-PMI n'est pas homogène en taille et en activité, il ressort d'une segmentation qui a pour critère le secteur d'activité qu'on distingue :

- Les PME commerciales qui font ;
  - l'import-export
  - le transport
  - etc...
- Les PMI qui traitent .
  - . les bâtiments et les travaux publics
  - . le bois
  - . l'agro-pastoral
  - . la mécanique
  - . l'électro-mécanique
  - . le textile.. etc.
- Les P M E de services
  - . garages
  - . agences de voyages
  - . travaux divers
- L'artisanat.

.../...

Fait remarquable ! On constate l'émergence d'une "nouvelle race" de PME-PMI qui participe de plusieurs secteurs d'activités, ce qui signifie en d'autres termes que les possibilités de placer plusieurs types de produits dans une même PME-PMI, sont accrues.

## CHAPITRE II. - LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

Les chefs de PME-PMI camerounais comprennent peu de chose ou rien du tout à la technique de transfert du risque, ils y sont réticents et en dehors de toute contrainte, (cas du banquier qui veut une sureté sur les biens) ils ne souscrivent pas spontanément de contrat d'assurances, le rôle de l'assurance n'étant pas jugé déterminant, et ils ne savent pas toujours contre quoi se couvrir.

En conclusion les chefs de PME-PMI sont inconscients de leur vulnérabilité face aux différents risques de leurs entreprises, qu'est ce qui explique ce qu'il n'est pas exagéré de considérer comme une aversion pour les Assurances ?

## CHAPITRE III. - LES MOTIVATIONS DU COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS.

Nous avons analysé trois motivations qui déterminent le comportement des consommateurs ; deux parmi elles relèvent du multiplicateur psychologique tandis que le dernier tient de la nature même de la notion d'assurance.

### Section 1. - L'assurance : Produit immatériel.

L'Assuré, au moment où il paie sa prime, ne reçoit en retour qu'une promesse de l'assureur, de lui fournir une prestation définie au moment où l'évènement prévu surviendra.

La mentalité chez nos hommes d'affaires lorsqu'ils investissent est de pouvoir tirer un bénéfice, si non tout de suite, du moins dans un délai relativement court. Plus grave, ils ne voudraient pas que la fructification d'un investissement fait, dépende du sort ; et puis lorsqu'ils acceptent ou sont contraints de souscrire une assurance comme en Automobile, ils ne voudraient pas que le moment de régler un sinistre, venu, ils rencontrent des tribulations, ce qui est malheureusement courant et donne une mauvaise image de l'assurance dans le grand public, c'est l'objet de la deuxième motivation.

.../...

## Section II. - La mauvaise gestion des sociétés d'assurance

La qualité de la gestion administrative de l'assureur, la rapidité du règlement des sinistres et la technicité des conseils prodigués peuvent inciter les promoteurs des PME-PMI à augmenter leur budget d'assurances, à souscrire plus de contrats.

Peu de sociétés sur notre marché peuvent se vanter d'une gestion administrative et technique sans reproches. La réclamation pour un sinistre étant souvent perçue comme une tentative d'escroquerie.

## Section III. - Les scandales financiers.

La guerre ouverte depuis un certain temps contre les détournateurs de fonds a permis la mise à jour, dans les milieux de l'assurance, de retentissants scandales financiers, ce qui a contribué à conforter l'image selon laquelle les assureurs sont des voleurs.

Les Assurés apprenant que leurs assureurs détournent l'argent qu'ils leur remettent retirent la confiance qu'ils avaient placée en eux et en dehors des assurances obligatoires, beaucoup choisissent d'être leurs propres assureurs.

## Section 4. - La distribution

Pour bien placer les produits, il faut une bonne distribution. Le réseau de distribution constitué des agents généraux, des courtiers et des bureaux directs des compagnies reste largement utilisé,

Les courtiers les plus compétents ne sont intéressés que par les grandes entreprises. Les autres que nous n'irons pas jusqu'à qualifier de médiocres n'apportent les affaires qu'en automobile, une assurance obligatoire. Les commissions importantes qu'ils touchent ne se justifient donc pas puisqu'avec ou sans courtier, l'automobiliste viendra toujours vers l'assureur ne fût-ce que par crainte des tracasseries policières.

- Les agents généraux quant à eux sont des généralistes et n'ont pas reçu de formation spécifique pour les risques de PME-PMI. Le chef d'entreprise PME n'est pas un technicien de l'assurance, il ne sait pas évaluer les risques et le contrat qu'on lui remet lui est incompréhensible, il appartiendra à l'assureur-conseil, courtier ou agent de sensibiliser le dirigeant et d'apprécier

ses besoins, il faut donc que l'intermédiaire soit compétent et qualifié pour le faire.

- Dans les bureaux directs des compagnies, on n'a pas intégré de programme de traitement des PME ce qui veut dire en fait que rien n'est mis en place pour faire une approche réelle du marché PME-PMI.

O  
O O  
O

De l'analyse-diagnostic que nous venons de mener, il ressort que deux causes principales sont à l'origine de la sous-exploitation des risques de PME-PMI : La réticence et l'ignorance des assurables d'une part, l'inadaptation et la passivité des assureurs face aux mutations de la vie économique d'autre part.

Il convient donc d'adopter une stratégie, pour faire pénétrer l'assurance avec moins de parcimonie dans le milieu des PME-PMI.

.../...

## TITRE II. - POLITIQUE GLOBALE DE MARKETING.

La politique globale de marketing s'articule en deux volets : le plan de manoeuvre et le marketing mix.

Mais avant d'aborder le vif du sujet, il convient de dire ce qu'est un but poursuivi en Marketing/<sup>le</sup> quel but notre recherche voudrait atteindre.

Le but poursuivi est une aspiration générale, exprimée d'une manière claire mais non chiffrée, et sans qu'une limite précise soit fixée à son degré de satisfaction possible.

Le but que doivent s'assigner nos entreprises d'assurances est dans le cas d'espèce la pénétration de l'assurance dans le marché des PME-PMI.

Ainsi défini ce but peut être assimilé à une direction, à un axe orienté sur lequel les entreprises souhaite progresser le plus rapidement possible. Un plan de manoeuvre est à cet effet nécessaire.

### CHAPITRE I. - LE PLAN DE MANOEUVRE.

Un bon plan de manoeuvre comportera en général trois rubriques principales :

- le choix d'une cible et d'un positionnement
- le choix d'un ou de plusieurs éléments moteurs de la stratégie et le cas échéant,
- La fixation d'étapes chronologiques.

Mais il s'agit d'une démarche intellectuelle générale qui peut être modifiée en fonction de la réalité physique sur le terrain. Dans notre espèce nous avons retenu les deux premières à savoir le choix de cibles et le choix des éléments moteurs.

#### Section I. - Le choix de cibles

Le choix de cibles particulières est commandé par l'importance que présente chaque segment pour le succès de la cause qui est ici la pénétration de l'assurance dans le Marché PME-PMI

.../...

### 1) - Les organismes financiers

Nous avons mené une étude sur le terrain, au FOGAPE, qui est la banque des PME-PMI, et il ressort, de l'entretien que nous avons eu avec un responsable de cet organisme, que le FOGAPE n'exige d'assurances que sur la vie du promoteur et sur l'incendie des installations des PME-PMI ; ils ne se soucient en plus que de l'impact financier et économique, c'est-à-dire de la rentabilité et de la croissance de la PME. Ils ignorent totalement tous les autres risques qui peuvent compromettre la pérennité de l'entreprise, donc le remboursement du crédit. C'est pourtant un segment important qui peut accélérer la pénétration de l'assurance dans le marché des PME-PMI.

C'est le FOGAPE qui octroie des crédits et il peut exiger la couverture des autres risques névralgiques de la PME avant de débloquer les fonds.

### 2) - Les Responsables de PME-PMI.

Nos chefs d'entreprise PME-PMI ne savent pas pourquoi, comment, ni contre quoi s'assurer, et ils ne se gênent pas pour autant. Nous avons déjà donné dans notre analyse-diagnostic les motivations de ce comportement des responsables de PME.

C'est donc sur ces deux cibles que vont s'exercer les éléments moteurs du plan de manoeuvre.

### Section II. - Les éléments moteurs.

La deuxième rubrique obligatoire d'un plan de manoeuvre, est le choix des éléments moteurs de la stratégie, c'est-à-dire des éléments sur lesquels on va compter essentiellement pour s'assurer le succès. On a le choix entre trois types de stratégies qui peuvent parfois être combinées entre elles.

- La stratégie de force ou de contrainte
- La stratégie de persuasion
- La stratégie d'éducation.

Nous optons pour les deux dernières, qui sont fréquemment utilisées en matières commerciales.

.../...

1) - La stratégie de persuasion

Elle consiste à convaincre la cible visée par le "discours", d'adopter le comportement qu'on souhaite. Pour qu'elle soit efficace, il faut qu'elle utilise de bons arguments. Et les bons arguments foisonnent quant en ce qui concerne l'utilité des assurances pour les PME-PMI.

2) - La stratégie d'éducation.

Cette stratégie consiste à compter moins sur la persuasion verbale, que sur la participation active des cibles elles mêmes, il faut faire découvrir la nécessité du changement à la cible qui est visée c'est-à-dire la responsabiliser et l'associer au risque.

O

O O

Une fois le plan de manoeuvre formulé, l'étape suivante dans l'élaboration d'une politique globale de marketing est la traduction, de manière concrète, du plan de manoeuvre en marketing Mix.

CHAPITRE II. - LE MARKETING MIX.

Le plan de manoeuvre fixait la cible et les éléments moteurs de l'action, il faut aller plus loin, en respectant ces grandes orientations, définir dans leurs grandes lignes les politiques de produits, de prix, de distribution et de promotion.

Le Marketing mix est donc un ensemble de variables sur lesquelles l'entreprise peut jouer pour influencer le marché cible mais avant, il faut avoir une bonne connaissance du marché cible. Connaître sa clientèle et les besoins de celle-ci avec le plus de précision possible. On peut le faire grâce aux informations recueillies auprès de la direction des statistiques nationales du Ministère des Finances et du Service agréments des PME-PMI du Ministère du Développement Industriel et Commercial et de la Chambre de Commerce et d'Industrie.

.../...

On pourrait bâtir un fichier PME-PMI qui se présenterait comme suit :

ACTIVITES aision o. PME-PMI	COMMERCIALES			INDUSTRIELLES			SERVICES			ARTISANAT	
	Im.-Ex.	Trans.	Alimen.	Bâtimen.	Ag. Ali.	Garages	Coif.	Téléco.	Ivoire	Cuir	
1. SAPLAIT	0	0	-	0	-	0	0	0	0	0	
2. E.B.J.	-	0	0	-	0	-	0				
3. Ets STAVAL	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Grace à cet élément essentiel et indispensable on peut conduire une offensive commerciale de manière plus rationnelle en définissant :

- 1/ - Les produits à proposer dans un plan d'assurance sur mesure selon le secteur d'activités.
- 2/- les prix de ces produits,
- 3/- La politique de distribution
- 4/- la politique de communication

C'est à cela que se résume le Marketing mix.

#### Section I. - La politique de produits

Le produit au sens large est ce qui est vendu par l'entreprise, mais cette notion comprend aussi bien les services, (pour les Banques, Assurances, Conseils, Tourisme) que les biens matériels pour les entreprises des secteurs primaires et secondaires.

On peut identifier un produit à deux caractéristiques essentielles.

- Les services qu'il rend lorsqu'il est utilisé ou possédé.
- Son contenu symbolique que l'on pourrait définir comme une forme de service immatériel rendu au possesseur.

Les produits que vendent les compagnies d'Assurances sont immatériels. En contre partie des primes encaissées . Elles s'engagent à fournir des prestations si un risque prévu au contrat se réalise.

Pour assurer le succès des produits, c'est-à-dire, le plus souvent l'adoption des comportements souhaités.

Les compagnies doivent les adapter aux besoins et attitudes des clientèles visées.

.../...

Nous recommanderons aux compagnies d'Assurances et ceci dans le but d'atteindre notre objectif final qui est d'assurer une meilleure couverture des risques de PME-PMI, d'abandonner l'approche parcellaire des risques qu'elles ont eue jusqu'ici, pour une approche globale.

Il s'agira de confectionner des contrats multirisques groupant tous les risques d'entreprises dans les différents secteurs d'activités ; l'industrie agro-alimentaire par exemple.

Une seconde tactique sera de ne point privilégier les assurances dommages par rapport aux assurances de personnes. Il faudra faire faire un "bouquet" raisonnable et facilement acceptable par les assurables.

Les avantages de ce système sont évidents.

- La simplicité dans la gestion.
- L'augmentation de la moyenne des contrats par PME-PMI.

Après avoir défini cette politique de produit, il faut aussi définir celle des prix.

#### Section II. - La politique de Prix.

Dans l'ensemble, les PME rechercheront le maximum de sécurité pour le meilleur prix. Le dilemme qui se posera à l'assureur sera de savoir : comment être performant dans le rapport qualité/prix sur tous les risques qu'on lui demande de garantir tout en équilibrant les résultats ?

Dans toutes les entreprises commerciales; la politique commerciale doit répondre à quatre objectifs.

- Le prix doit permettre de réaliser un certain taux de profit sur les investissements.
- L'objectif est de stabiliser les prix et les marges
- L'objectif est aussi la conquête d'un certain marché.
- Le dernier objectif est de répondre à la concurrence.

Le problème, "comment assurer une meilleure couverture des risques de PME-PMI", n'étant pas posé en termes de concurrence, le quatrième objectif nous semble superflu. Les compagnies d'assurances doivent donc mener leurs politiques de prix en tenant compte des trois premiers objectifs.

.../...

Les politiques produits et celle des prix ayant été définies, il faut passer à l'étape suivante qui est celle de la distribution.

### Section III. - La politique de distribution

L'objet de la distribution est de faire passer les produits finis de leur état de production, à celui d'acquisition et de consommation.

Pour assurer une meilleure couverture des risques de PME-PMI au Cameroun, nous insisterons sur trois points qui nous ont paru essentiels dans la politique de distribution.

1) - Il faut s'adapter sur le plan juridique et commercial à l'émergence de nouveaux modes de distribution ou de sensibilisation à l'assurance certains professionnels en contact avec les chefs d'entreprises PME-PMI peuvent sensibiliser ces derniers à l'utilité de l'assurance : cabinet d'expertises, banquiers, notaires etc...

2) - Il faut demander autre chose que de l'"automobile" aux intermédiaires que sont les courtiers et agents généraux, en particulier les risques de PME-PMI. Ils devront bien évidemment, avoir reçu auparavant une formation technique et commerciale pour ces risques. Et on leur reconnaîtra aussi des modes de rémunération correspondant au service rendu. La modulation des taux de commission encouragera le démarchage des PME.

3) - Il faudrait au sein des compagnies elles mêmes créer une cellule de traitement des risques de PME.

### Section IV. - La politique de communication.

Faire un bon produit ne suffit pas, sans le "faire savoir", et le "faire valoir", c'est là l'objet du réseau de communications que l'homme de marketing de la compagnie d'assurances construit pour atteindre et convaincre le marché qu'il vise.

On peut mettre sur pied des actions d'informations à travers des conférences, des séminaires ou des journées d'informations sur les risques destinées aux industriels et dirigeants de PME-PMI.

La publicité est un excellent moyen de communication mais elle coûte trop cher et aucune compagnie d'assurance ne voudrait prendre à elle seule la charge d'assurer la publicité pour un problème aussi commun que la couverture des risques de PME-PMI.

#### Section V. - La prévention.

"Le conseil en prévention est un moyen de pénétration de la clientèle" déclarait François CANTEGREIL, Délégué Français à la PMI chargé d'un rapport sur les PME et leurs assurances (1).

Prévention signifie conseils pour minimiser les conséquences d'un sinistre. (par exemple on recommandera l'installation de sprinkler à un industriel).

Ce concept renferme d'une part les mesures prises pour éviter la survenance d'un sinistre et d'autre part les moyens mis en oeuvre pour contenir et limiter les conséquences du sinistre.

#### §1 - Rôle de l'assureur.

Le partenariat avec les PME-PMI, nos assureurs doivent le comprendre, ne devrait pas commencer seulement après le sinistre, mais s'engager bien en amont de la conclusion du contrat d'assurance, pas la visite des risques et l'établissement d'un programme de prévention.

Il faut prodiguer des conseils personnalisés aux chefs des PME-PMI en fonction de l'activité de l'entreprise, parce que ceux ci ont une connaissance approximative des risques qu'ils courent.

#### §2. - Les moyens de l'assureur.

Afin de mieux conseiller son client promoteur de PME-PMI, l'assureur doit avoir dans sa structure une cellule comptant des experts qui se consacrent à la recherche dans le domaine de prévention des sinistres et à la réduction de leurs conséquences.

Ce sont experts qui généralement conduiront les visites de risques. Celles-ci auront pour but essentiel d'éveiller l'attention du promoteur de la PME-PMI.

.../...

(1) Source : Argus du 21.01.1988.

Sur les centres de risques de son entreprise, de faire la part entre ceux pour lesquels il peut y avoir une prévention et ceux pour lesquels des assurances sont absolument nécessaires.

#### CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE

Le Marketing a pour objet l'optimisation des échanges entre l'entreprise productrice de biens et les consommateurs. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi cette démarche pour une meilleure pénétration de l'assurance dans le Marché des PME-PMI.

Les solutions que nous avons proposées dans leur ensemble sont issues de théories d'Ecole. Mais le Marketing n'étant pas une science exacte, parce qu'elle fait appel quelques fois beaucoup plus à l'intuition qu'à la raison. Il sera nécessaire à toute entreprise d'assurances qui veut se lancer à la conquête du Marché des PME-PMI, tout en tenant compte des propositions qui ont été faites, de se référer à la réalité sur le terrain, de celle-ci peut aussi dépendre le succès de l'offensive commerciale.

CONCLUSION      GENERALE

---

Nous sommes au terme de cette étude qui avait pour but de montrer les garanties potentielles qu'un assureur peut offrir à une PME-PMI et assurer une meilleure couverture de ces risques.

Il serait regrettable que le partenariat entre les PME-PMI et les assurances, continue à être marqué par une absence de dynamisme.

La politique économique basée sur la promotion des PME-PMI a eu des résultats satisfaisants en Europe et aux USA. Nous ne désespérons pas de voir la même situation se produire au Cameroun. A condition que soient maîtrisés tous les risques qui peuvent miner la perennité de nos PME-PMI ; c'est à cela que se résume la mission des Assureurs.

0  
|  
000  
|  
0

B I B L I O G R A P H I E

1. - L'assurance de Responsabilité Civile après livraison  
Francis CHAUMET
  
2. - Assurance des Bris de Machines  
- Les Pertes d'Exploitation après bris de machines  
Fascicules de la MUNICH RE.
  
3. - Théorie et Pratique du Marketing.  
Jacques LEUDREVIE  
DENIS LINDON
  
4. - Le Droit des Assurances : BEHR et GROUDEL

JOURNAUX.

- L'ARGUS hebdomadaire du 29.01.1988;

COURS

- Cours d'Assurance des risques divers de M. NDOBO Basile, 8° promotion (1986/88)
- Cours de Marketing de M. Gaston CHARTON à la 8° promotion.
- Cours d'assurance de Responsabilité Civile de M. Jean COLLART, 8° promotion.

# T A B L E   D E   M A T I E R E S

	<u>PAGES</u>
<u>INTRODUCTION GENERALE</u> : INTERET DE L'ETUDE ET EXPOSE DU PROBLEME	1
 <u>PREMIERE PARTIE</u> : L'ETABLISSEMENT D'UN PLAN D'ASSURANCE PME - PMI	 3
<u>TITRE I</u> : LES GARANTIES ESSENTIELLES	3
<u>CHAPITRE I</u> - L'ASSURANCE VOL	4
<u>CHAPITRE 2</u> - L'ASSURANCE DE R.C. GENERALES	6
<u>CHAPITRE 3</u> - L'ASSURANCE DEGAT DES EAUX	8
 <u>TITRE II</u> : LES GARANTIES SPECIFIQUES AUX PMI	 9
<u>CHAPITRE I</u> - L'ASSURANCE BRIS DE MACHINES	9
<u>CHAPITRE II</u> - LA P.E. APRES BRIS DE MACHINES	13
 <u>TITRE III</u> : LES AUTRES GARANTIES	 13
<u>CHAPITRE I</u> - LA PROTECTION JURIDIQUE	15
<u>CHAPITRE II</u> - L'ASSURANCE DES "RISQUES A L'EXPORTATION"	16
 CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE.	 18

<u>DEUXIEME PARTIE</u>	:	STRATEGIE POUR UNE MEILLEURE PENETRATION DE L'ASSURANCE DANS LE MARCHE DES PME - PMI	19
<u>TITRE I</u>	:	ANALYSE - DIAGNOSTIC DE LA SITUATION DU MARCHE PME-PMI	20
<u>CHAPITRE I</u>	-	SEGMENTATION DU MARCHE	20
<u>CHAPITRE II</u>	-	LE COMPORTEMENT DU CONSOMMA- TEUR	21
<u>CHAPITRE III</u>	-	LES MOTIVATIONS DU COMPORTE- MENT DU CONSOMMATEUR	21
<u>TITRE II</u>	:	POLITIQUE GLOBALE DE MARKETING	24
<u>CHAPITRE I</u>	-	LE PLAN DE MANOEUVRE	24
<u>CHAPITRE II</u>	-	LE MARKETING MIX	26
<u>SECTION 1</u>	:	POLITIQUE DE PRODUITS	27
<u>SECTION 2</u>	:	POLITIQUE DE PRIX	28
<u>SECTION 3</u>	:	POLITIQUE DE DISTRIBUTION	29
<u>SECTION 4</u>	:	POLITIQUE DE COMMUNICATION	29
<u>SECTION 5</u>	:	LA PREVENTION	30
<u>CONCLUSION GENERALE</u>			32