



CONFERENCE INTERAFRICAINNE DES MARCHES DES
ASSURANCES (CIMA)
INSTITUT INTERNATIONAL DES ASSURANCES (IIA)
BP 1575 Yaoundé-Cameroun
Tel: + 237 222 20 71 52; Fax: + 237 222 20 71 54
Email: iiia@cameroun.com ; Site Web: www.iiayaounde.com



**RAPPORT DE FIN D'ETUDES ET DE STAGE POUR L'OBTENTION
DE LA MAITRISE EN SCIENCES ET TECHNIQUES
D'ASSURANCES MST-A**

Cycle II : 14^{ème} promotion 2018-2020

THEME:

**LES DEFIS ET ENJEUX DES COMPAGNIES
D'ASSURANCES FACE A LA DIGITALISATION :
CAS DE SAAR-TCHAD**

Présenté et soutenu par :

ISSA KOLOTOU HAMID

Etudiant en MST-A,

Promotion 2018-2020

Sous la direction de :

**MAHAMAT SIRBELE Allam-
Mbedji**

Chef de département sinistres,
SAAR Assurances Tchad



Novembre 2020

DEDICACES

- ❖ À ma mère, Mariam Abbas, pour son amour et ses prières ;
- ❖ À mon père, Kolotou Hamid Kelleye qui n'a ménagé aucun effort pour ma réussite ;
 - ❖ À ma grand-mère Billah Adoum, modèle de sagesse ;
 - ❖ À mes oncles, pour leurs soutiens et conseils ;
 - ❖ À mes frères et sœurs, et à tous mes amis ;

REMERCIEMENTS

Je profite de cette occasion qui m'est donnée pour dire « MERCI » à Allah le tout puissant et à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'achèvement de ce rapport marquant la fin de ma formation.

Mes remerciements s'adressent principalement à l'endroit de :

- M. Urbain Philippe ADJANON, Directeur Général de l'Institut International des Assurances (IIA).
- M. Ganda Maga Gali, Directeur Administratif et Financier.
- M. Dembo DANFAKHA, Directeur des Études de l'IIA.
- Tous les enseignants et le personnel de l'IIA pour avoir créé un cadre favorable aux études et nous avoir permis de suivre cette formation jusqu'au bout.
- M. Médard Kengne, Directeur Général de SAAR Tchad, pour nous avoir accueillis dans sa structure.
- M. OUANG Rebele DJINGTOUIN, Directeur Technique de SAAR Assurances, pour sa disponibilité.
- M. MAHAMAT SIRBELE Allam-Mbedji, Chef de département sinistres de SAAR Assurances Tchad, pour avoir accepté et trouvé le temps de nous encadrer dans ce travail.
- M. MONGAR Madjilem, chef de département production et réassurance de SAAR Assurances Tchad, pour sa disponibilité et ses conseils.
- M. Viva Dogossou, Exploitant informatique de SAAR Assurances Tchad, pour avoir trouvé le temps d'être notre Co-encadreur.
- Tout le personnel de SAAR Assurances Tchad pour nous avoir bien accueillis au sein de l'équipe
- M. Dermian Barka, Chef Service Sinistres Maladie à SAAR Assurances Tchad, M. Djimadoum Gondje, Responsable Sinistres à Ask Gras Savoye Tchad, pour leur collaboration et leurs conseils et suggestions sur mon travail.
- A tous mes camarades de la 14^{ème} promotion MST-A et la 24^{ème} promotion DESSA, pour les moments passés ensemble, l'entraide et le reste à venir.
- Tous ceux que je n'ai pas cité et qui ont contribué de près ou de loin à l'aboutissement de ce travail, nous vous disons sincèrement : « MERCI ! »

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

- AG :** Assemblée Générale
- API :** Application Programming Interface,
- CA :** Conseil d'Administration
- CIMA :** Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurances
- ERP :** Enterprise Resource Planning
- FANAF :** Fédération des Sociétés d'Assurances de Droit National Africaines
- GAFA:** Google, Apple, Facebook et Amazon
- GED :** Gestion Electronique de Documents
- IA :** Intelligence Artificielle
- IT :** Information Technology
- RC :** Responsabilité Civile
- SAAR :** Société Africaine d'Assurance et de Réassurance
- SI :** Système d'Information

LISTE DES FIGURES

Figure 1: département administratif et financier de la SAAR TCHAD	5
Figure 2: Organigramme de la SAAR-TCHAD	6
Figure 3: Evolution du chiffre d'affaire des compagnies d'assurances au Tchad	15
Figure 4 : parts de marché des compagnies non-vie	16
Figure 5: classement selon le chiffre d'affaire des compagnies d'assurances au Tchad en 2019	17

LISTES DES TABLEAUX

Tableau 1: Evolution du chiffre d'affaires du marché tchadien des assurances.....	15
Tableau 2: classement des sociétés d'assurances au Tchad.....	16
Tableau 3: usages de l'intelligence artificielle en assurance	29
Tableau 4: applications possibles du big data dans le domaine de l'assurance	30

RESUME

En 2016, un projet de règlement sur l'assurance électronique a été élaboré par le Secrétariat Général de la CIMA dans le but de mettre en place un cadre réglementaire approprié permettant aux compagnies d'assurances d'utiliser de nouveaux canaux comme la téléphonie mobile et internet dans leurs pratiques assurantielles. Mais qui jusqu'à présent n'a pas été adopté par la CIMA.

En réponse à la crise sanitaire actuelle du coronavirus et au contexte marqué par une révolution digitale, la digitalisation est devenue une priorité pour les compagnies d'assurances. Elle place les assureurs face à un dilemme majeur : doit-on changer un modèle économique qui fonctionne depuis des décennies, peut-être des siècles ? Si oui,

Quels sont les défis et enjeux des compagnies d'assurances face à la digitalisation ?

Telle est la question fondamentale à laquelle nous tenterons d'apporter des éléments de réponses tout au long de notre recherche.

Par ailleurs, ce travail est subdivisé en deux parties :

La première partie décrit la SAAR-TCHAD à travers son environnement interne c'est-à-dire son historique, ses objectifs, son organisation puis ses produits commercialisés ainsi que son environnement externe notamment le marché tchadien de l'assurance et sa place sur ce marché en s'appuyant sur les chiffres d'affaires de trois dernières années.

La seconde partie porte sur le traitement de notre problématique concernant la digitalisation. En amont, nous avons fait sortir les défis et les enjeux des compagnies d'assurances face à cette dernière. Puis en aval, nous avons fait la proposition de la mise en œuvre d'une plateforme digitale permettant à la SAAR-TCHAD de répondre aux demandes et nouvelles attentes de leurs assurés en ce qui concerne la souscription, la gestion de contrat puis la gestion de sinistre en ligne.

ABSTRACT

In 2016, a draft regulation on electronic insurance was drawn up by the General Secretariat of the CIMA with the aim of establishing an appropriate regulatory framework allowing insurance companies to use new channels such as mobile telephony and internet in their insurance practices. But which so far has not been adopted by CIMA.

In response to the current coronavirus health crisis and the context marked by a digital revolution, digitization has become a priority for insurance companies. It puts insurers in front of a major dilemma: should we change an economic model that has been operating for decades, perhaps centuries? If yes,

What are the challenges and issues facing insurance companies in the face of digitalization?

This is the fundamental question to which we will try to provide some answers throughout our research.

In addition, this work is subdivided into two parts:

The first part describes SAAR-TCHAD through its internal environment, that is to say its history, its objectives, its organization and then its marketed products as well as its external environment, in particular the Chadian insurance market and its place in this area. maché based on the turnover of the last three years.

The second part deals with the treatment of our problematic concerning digitization. Upstream, we brought out the challenges and issues facing insurance companies. Then downstream, we proposed the implementation of a digital platform allowing SAAR-TCHAD to meet the demands and new expectations of their policyholders with regard to subscription, contract management and then management of sinister online.

SOMMAIRE

DEDICACES	ii
REMERCIEMENTS.....	iii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	iv
LISTE DES FIGURES.....	v
LISTES DES TABLEAUX.....	vi
RESUME	vii
ABSTRACT.....	viii
SOMMAIRE.....	ix
INTRODUCTION GENERALE	1
PREMIERE PARTIE :.....	3
DESCRIPTION DE SAAR ASSURANCES TCHAD	3
CHAPITRE I : PRESENTATION DE SAAR ASSURANCES	4
SECTION I : HISTORIQUE ET OBJECTIFS	4
SECTION II – ORGANISATION DE SAAR ASSURANCES	5
SECTION I : LES PRODUITS COMMERCIALISES A LA SAAR ASSURANCES.....	11
SECTION II : LA PLACE DE LA SAAR ASSURANCES SUR LE MARCHÉ TCHADIEN DES ASSURANCES	14
SECONDE PARTIE :	18
LES DEFIS ET ENJEUX DES COMPAGNIES D’ASSURANCES FACE A LA DIGITALISATION : CAS DE SAAR ASSURANCES TCHAD.....	18
CHAPITRE 1 : LES DEFIS ET ENJEUX DES COMPAGNIES D’ASSURANCES FACE LA DIGITALITION.....	19
SECTION I : GENERALITES SUR LA DIGITALISATION	19
SECTION II : LES DEFIS DES COMPAGNIES D’ASSURANCES FACE A LA DIGITALISATION : CAS DE SAAR TCHAD.....	22
SECTION III : FOCUS SUR LES ENJEUX DE LA DIGITALISATION DANS LES COMPAGNIES D’ASSURANCES.....	27
CHAPITRE 2 : PROPOSITION DE MISE EN ŒUVRE D’UNE PLATEFORME DIGITALE A LA SAAR ASSURANCES.....	31
SECTION I : PROPOSITION DE MISE EN ŒUVRE D’UNE PLATEFORME NUMERIQUE : SOUSCRIPTION, GESTION DES CONTRATS, TRAITEMENT DES SINISTRES.....	31
SECTION II : LES DIFFERENTES APPROCHES EXISTANTES ET LA SOLUTION OPTIMALE	35
CONCLUSION GENERALE.....	40
BIBLIOGRAPHIE.....	41
TABLE DES MATIERES	42

INTRODUCTION GENERALE

L'Afrique occupe toujours la dernière place sur le marché mondial des assurances. En 2018, sur 5,193 milliards USD de primes globales d'assurance collectées, la part de marché de l'Afrique ne représente que 1,32%. Aussi, sur la période 2010-2018, le taux de progression moyen en Afrique est porté par l'assurance vie (2%) alors qu'en non vie (-7,7%).

Dans la zone FANAF, on remarque sur la période 2010-2018 la plus forte progression dont 8% en vie et 4,7% en non vie.

Malgré le dynamisme de l'économie africaine, le secteur des assurances peine à se développer. Et ce, en raison de la mauvaise image du secteur par les populations (importants retards dans le paiement des sinistres), du niveau de revenu par habitant, du taux de frais de gestion et d'acquisition excessifs, des préjugés d'ordre culturel et religieux, du manque de volonté politique de certaines autorités locales.

En effet, notre société fait face depuis des siècles à plusieurs changements d'ordres climatique, politique, économique et culturel. Ces changements ont amené les Hommes à changer leurs attitudes selon la nature du milieu. Ainsi, ces dernières années, le monde a connu un bouleversement technologique, touchant ainsi tous les secteurs d'activités. Cette transformation technologique décrite comme étant la « quatrième révolution industrielle », y trouve sa source dans les années 1945 grâce aux progrès accomplis dans le domaine de l'informatique en réseau, des télécommunications et surtout avec la naissance de l'ordinateur central. Le digital se lance donc dans une longue période appelé « ère informatique ».

Cette nouvelle ère est marquée par l'entrée de nouveaux acteurs dans le secteur des assurances ayant des nouvelles approches. A l'exemple des GAFAs (Google, Apple, Facebook, Amazon) ou encore des startups qui représentent une menace pour le secteur avec la possibilité de vendre demain des contrats d'assurances ultras personnalisés grâce à l'analyse des données de leurs utilisateurs.

Selon une étude sur l'« état des lieux de la digitalisation des compagnies d'assurance de la zone CIMA » interrogeant 52 compagnies, menée les cabinets KARBURA S.A et P2A, sous l'accompagnement de la FANAF (Fédération des sociétés d'assurances de droit national africaines), en zone CIMA la quasi-totalité des compagnies (96%) ont une application métier d'assurance, par contre presque aucune (48 sur 52 compagnies) n'a d'applications mobiles ouvertes aux clients.

En outre, d'après une enquête réalisée par le magazine *Financial Afrik* sur les sociétés d'assurances des pays membres de la FANAF, 88% ont un site internet, 19% proposent sur leur site internet des fonctionnalités d'e-assurance, 62% affirment que leur personnel a suivi des formations autour des usages des outils, 63% affirment avoir exigé des compétences dans la connaissance des outils numériques dans leurs dernières offres d'emploi.

Ce faisant, les compagnies d'assurances mais également les intermédiaires d'assurances se doivent d'innover pour devancer leurs concurrents ainsi que pour anticiper les innovations et les modèles économiques disruptifs¹ censés révolutionner le marché des assurances africain.

La digitalisation, bien qu'étant de nos jours une aubaine pour les compagnies d'assurances de la zone CIMA, elle revêt une problématique que nous allons tenter de répondre dans cette étude en nous appuyant sur le cas de la SAAR-Tchad : **QUELS SONT LES DEFIS ET LES ENJEUX DES COMPAGNIES D'ASSURANCE FACE A LA DIGITALISATION ?**

Dans ce présent travail, nous avons adopté une méthode déductive à travers une démarche de recherche bibliographique et la lecture d'articles, d'ouvrages, des rapports de stage et des mémoires, et à travers un constat au sein de l'entreprise SAAR Assurances Tchad.

La présente étude sera subdivisée en deux parties :

- la première partie va traiter de la description de la structure d'accueil ;
- la seconde partie traitera des défis et enjeux des compagnies d'assurances face à la digitalisation.

¹ Les modèles économiques disruptifs : ce sont des modèles qui provoquent une rupture dans les modes de fonctionnement d'un secteur d'activité ou dans les modes de consommation.

**PREMIERE PARTIE :
DESCRIPTION DE SAAR ASSURANCES
TCHAD**

Il convient de présenter dans cette partie la SAAR Tchad notamment son historique, son objectif, son organisation, ses produits commercialisés puis le marché des assurances tchadien et place de cette dernière sur ce marché.

CHAPITRE I : PRESENTATION DE SAAR ASSURANCES

Dans ce chapitre, nous nous appesantirons sur deux axes : le cadre historique (section I) et l'organisation proprement dite de la société (section II).

SECTION I : HISTORIQUE ET OBJECTIFS

La SAAR ASSURANCES TCHAD est une société anonyme au capital de 1 500 000 000 de francs CFA divisé en 150 000 actions de valeur nominal **10 000 FCFA** chacune, et régie par le code CIMA. SAAR ASSURANCES TCHAD fait partie du groupe SAAR qui est une société d'assurances basée à Douala au Cameroun.

Dans cette partie, il sera question de son historique (§1) et de ses objectifs (§ 2).

Paragraphe 1 : Historique de la SAAR TCHAD

La SAAR Assurances a été agréée par arrêté du **13 février 2002** sous le N° **033/MF/DG/DCEM/SSE/02** du Ministère des Finances après avis conforme de la Commission Régionale des Contrôles des Assurances (CRCA) en sa session du **17 décembre 2001** à Libreville au Gabon. La SAAR a démarré effectivement ses activités le **1^{er} mars 2002** et conformément aux dispositions réglementaires, l'acte de création de la SAAR fit l'objet d'une publication dans le journal officiel de la république en sa parution du **03 Mars 2002**. en sa parution du **03 mars 2002**.

Paragraphe 2 : Les objectifs de la SAAR TCHAD

Les principaux objectifs que la SAAR s'est fixée sont entre autres :

- Participer à la mobilisation de l'épargne nationale ;
- Limiter la sortie massive des devises ;
- Financer l'économie nationale ;
- Investir dans les différents domaines de la vie nationale ;
- Satisfaire entièrement la demande potentielle ;
- Assurer une protection optimale.

L'on constate que les objectifs de la SAAR touchent trois (3) domaines essentiels : Social, économique et commercial.

Pour atteindre ceux-ci, la société s'appuie sur ses actionnaires dont les principaux sont notamment SBF Finance ; Groupe FSI (Fonds de solidarité et d'investissement) ; Groupe SAAR-ASSURANCE, partenaire technique de la SAAR-Tchad installée au Cameroun ; Groupe CENAINVEST ; filiale de deux groupes bancaires FMO (au pays – bas) ; et divers industriels et hommes d'affaires Tchadiens. Le schéma ci-dessous détail la part de chacun composante dans l'actionnariat de la SAAR TCHAD.

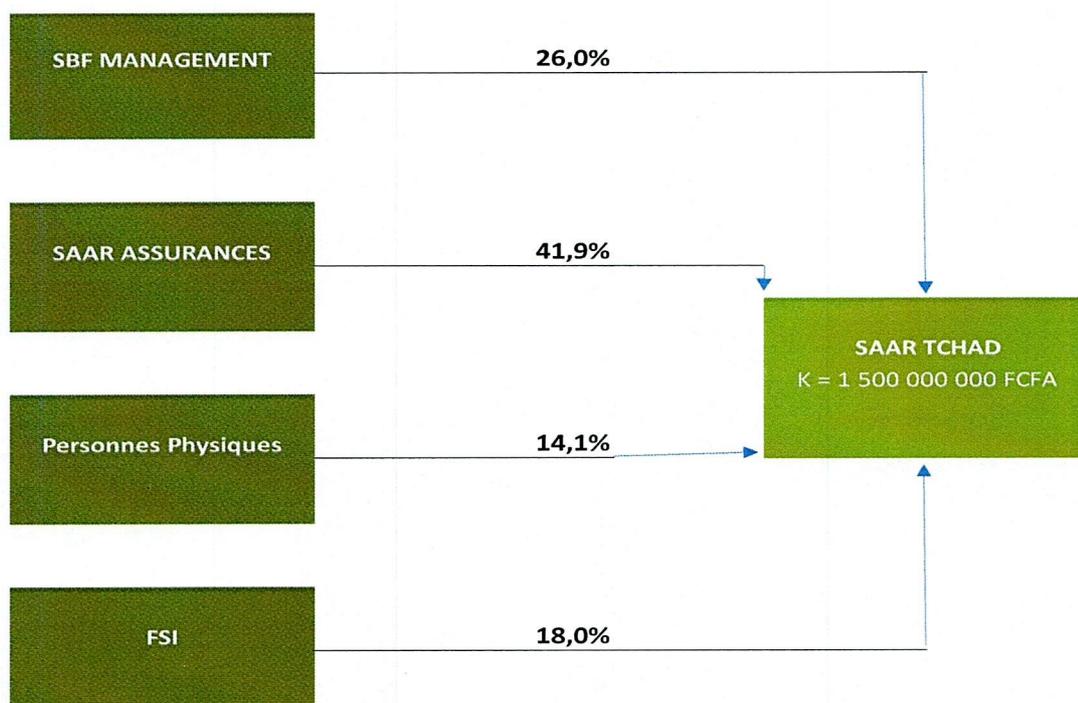


Figure 1: département administratif et financier de la SAAR TCHAD

Nous précisons que sur le plan technique, la SAAR bénéficie de l'expérience d'un grand Assureur de la sous-région, la SAAR basée au Cameroun et d'un réseau des Réassureurs parmi lesquels : MUNICH-RE (en Allemagne), AFRICA-RE (en Côte D'Ivoire), CICA-RE (au Togo), CONTINENTAL-RE (au Cameroun), etc.

SECTION II – ORGANISATION DE SAAR ASSURANCES

Il s'agit ici de décrire les organes dirigeants de la SAAR-TCHAD (§1) et les directions spécialisées (§2).

Paragraphe 1 : Organisation et fonctionnement

1.1 Structure

La structure de la SAAR-TCHAD se voit à travers son organigramme tel qu'il suit :

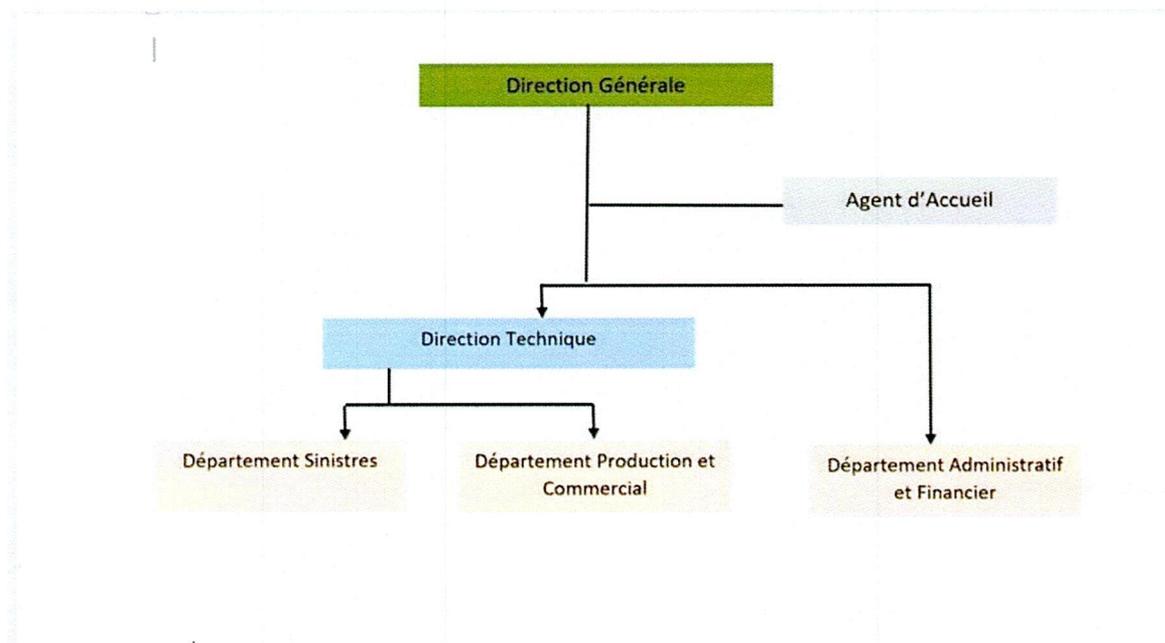


Figure 2: Organigramme de la SAAR-TCHAD

Nous précisons que deux importants organes, l'Assemblée Générale des Actionnaires et le Conseil d'Administratif sont placés dans l'ordre au-dessus de la direction Générale.

1.1.1 Assemblée générale (AG)

C'est l'organe suprême et souverain d'administration de la société. Elle est constituée de l'ensemble des actionnaires qui sont des personnes physiques ou morales, étrangères et tchadiennes. L'assemblée générale réunit une fois par an en session ordinaire et peut se réunir en session extraordinaire en cas de nécessité. Elle est présidée par le Président du Conseil d'Administration. C'est l'AG qui prend toutes les décisions relatives à la vie de la société. Les principales tâches dévolues à l'AG sont :

- Nommer les membres du Conseil d'Administration ainsi que le commissaire aux comptes ;
- Statuer sur les états financiers de synthèses de l'exercice ;
- Décider de l'affectation du résultat ;
- Approuver ou refuser les conventions conclues entre les dirigeants sociaux et la société ;

- Emettre des obligations et Approuver le rapport du Commissaire aux comptes prévu par les dispositions de l'Article 547 de l'Acte Uniforme.

1.1.2 Le conseil d'administration (CA)

Le CA est l'organe de délibération de la société. Il est composé de neuf (09) membres dont (04) Tchadiens et (05) étranger. Les fonctions d'un administrateur prennent fin à l'issue de la réunion de l'AG ordinaire ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé, et qui est tenue dans l'année au cours de laquelle expire son mandat. Les administrateurs peuvent à tout moment être révoqués par l'AG ordinaire.

Le CA est doté des pouvoirs assez larges pour agir en toute circonstance au nom de la société. Il a pour tâches de :

- Définir les objectifs de la société et d'orienter son administration ;
- Contrôler la gestion du Directeur Général ;
- Nommer le Directeur Général ;
- Acquérir et vendre tous les biens meubles et immeubles ;
- Arrêter le compte de chaque exercice ;
- Contracter tous emprunts et au titre de garantie, affecter hypothécairement ou en nantissement, tout ou partie des biens sociaux ;
- Autoriser toute convention passée entre la société et l'un de ses administrateurs ou le DG ;
- Nommer les Directeurs sur proposition du Directeur Général

1.1.3 La Direction Générale (DG)

La Direction Générale de la société est assurée par un Directeur Général (DG), nommé par le Conseil d'Administration, parmi les membres ou en dehors d'eux.

Le Directeur Général assure la gestion quotidienne de la société. Il est assisté en cas de besoin par un Directeur Général Adjoint (DGA) lui aussi, nommé par le Conseil d'Administration.

Le DG dispose des pouvoirs les plus étendus, notamment :

- Assurer l'exécution des décisions prises par le CA à qui il rend compte et qui le contrôle
- Ordonner le budget de la société et veiller à son exécution tant en recettes qu'en dépenses
- Avoir une autorité sur tout le personnel employé de la société

- Représenter la société vis-à-vis des tiers dans les limites des pouvoirs qui lui ont été délégués par le CA ;
- Définir l'organigramme de la société et les responsabilités de chacun des cadres employés et ouvriers de la société ;
- Fixer l'effectif nécessaire à la bonne marche de la société ;
- Embaucher ou licencier le personnel dans le respect de la réglementation en vigueur ;
- Déterminer les salaires, appointements indemnités, primes et avantages du personnel conformément aux conventions collectives et aux textes réglementaires.

❖ L'Attaché de direction

Elle est chargée du secrétariat du directeur général et coordonne les relations avec le public. Elle s'occupe également du courrier arrivé ou départ de la société. Elle se charge de la communication interne. Il serait souhaitable que la société aménage un espace à cet organe dans l'organigramme de la société vue sa délicate mission.

Paragraphe 2 : Les directions spécialisées

2.1 La direction technique (DT)

Placée sous le contrôle d'un directeur technique et assisté de deux chefs de départements (production et réassurance, sinistre et contentieux), cette direction assure divers services. Elle se charge des aspects purement technique (production et sinistre) et exerce diverses tâches connexes telles que :

- Mener des études prospectives ;
- Aider la direction générale à mettre en place des orientations stratégiques ;
- Contrôler les performances et actions engagées et des stratégies mises en œuvre ;
- Contrôler l'évolution et le comportement des produits sur le marché ;
- Assurer la conception des produits, tarifs, des polices et leurs harmonisations ;
- Négocier les traités de réassurances et acquérir l'avis des réassureurs ;
- Proposer les produits en coassurance ;

Il convient de préciser que la SAAR TCHAD a choisi une démarche assez stratégique pour la mise en place de ses différents services. C'est ainsi que, pour le besoin de l'heure, elle dispose de deux (2) instances opérationnelles notamment : la Direction Technique qui

regroupe en son sein le département de Production et de la Réassurance et le Département Sinistres et le Département Administratif et Financier.

2.1.2 Le département production et réassurances

Composé de deux divisions : le réseau des bureaux directs et le réseau des intermédiaires. Ce département est dirigé par un chef de département sous la supervision du directeur technique. Il a pour mission :

- Vendre l'image de la société ainsi que ses produits ;
- Accroître les chiffres d'affaires de la société ;
- Recruter et former les commerciaux ;
- Animer les réseaux des bureaux directs et celui des intermédiaires ;
- Superviser la communication commerciale en collaboration avec la direction technique ;
- Veiller au respect des procédures de production ;
- Surveiller le portefeuille clients.

Grâce à ses efforts, la société accroît son réseau de distribution avec 4 agences soit 3 à N'Djamena et une à Moundou.

2.1.3 Le département sinistre et contentieux

Placé sous la supervision du directeur technique, le département est dirigé par un chef de département. Il est chargé de la gestion de tous les sinistres et contentieux de la société. Il a sous sa supervision deux gestionnaires dont l'un s'occupe de sinistre automobile et risque divers, et l'autre, de sinistre maladie. Le département Sinistre et contentieux a pour mission :

- Assurer la veille contentieuse et du suivi des avocats, huissiers et auxiliaires de justices. C'est à lui qu'incombe le suivi des procédures devant les tribunaux ;
- Négocier les différentes conventions de collaborations avec les prestataires dans le cadre de l'assurance maladie ;
- Veiller au respect des procédures et étapes de gestion de sinistre ;
- Surveiller le portefeuille sinistre ;
- Veiller à l'application des différentes clauses contenues dans les conventions de collaboration avec les prestataires.

2.2 Direction Administrative et Financière

Sous l'autorité du Directeur Administratif et Financier, ce département a trois missions assimilables aux trois fonctions suivantes :

✓ **La fonction administrative qui s'intéresse à :**

- L'approvisionnement ;
- La reprographie et assemblage ;
- La sécurité des biens meubles et immeubles ;
- L'ergonomie (amélioration des conditions de travail).

✓ **La fonction financière, ayant pour rôle essentiel :**

- Le maintien d'une trésorerie positive ou nulle ;
- Le maintien d'une marge de solvabilité à un niveau toujours suffisant ;
- La représentation des engagements règlementés, conformément aux règles de dispersion, diversification, sécurité et rentabilité.

✓ **La fonction comptable qui assure :**

- La comptabilité technique et de la réassurance : traite et enregistre les bordereaux des primes et de sinistres reçus des autres structures et de la réassurance ;
- La comptabilité générale : traite et enregistre les opérations hors assurances (frais de personnel, autres frais généraux...) ;
- La comptabilité de trésorerie : traite et enregistre tous les mouvements financiers ;

Les travaux de la fonction comptable sont utiles pour le suivi de la gestion de la société par la direction générale, dans la production des informations essentielles au Conseil d'Administration et à la Commission Régionale de Contrôle des Assurances dans le cadre du contrôle de la CIMA. Il faut signaler que le service informatique est rattaché au département administratif et financier

Ce service est chargé :

- De développer, d'exploiter des diverses applications informatiques, de gérer le matériel informatique et tout ce qui a trait à la bureautique (saisie, impression...) ;
- D'élaborer et de mettre en œuvre la politique informatique ;
- D'assister les utilisateurs des matériels informatiques ;
- De superviser, contrôler et réaliser les travaux informatiques avec des intervenants extérieurs (fournisseurs, prestataires de services,...)

CHAPITRE II : PRESENTATION DES PRODUITS COMMERCIALISÉS PAR LA SAAR ASSURANCES TCHAD ET SA PLACE SUR LE MARCHÉ TCHADIEN DES ASSURANCES

Divisé en deux sections, ce chapitre débutera par la présentation des produits commercialisés par la SAAR Assurances Tchad (Section I) puis sa place sur le marché tchadien des assurances (Section II).

SECTION I : LES PRODUITS COMMERCIALISES A LA SAAR ASSURANCES

Parmi les produits que vend la SAAR, on distingue ceux qui sont obligatoires (§1) et ceux qui sont facultatifs (§2).

Paragraphe 1 : Les assurances obligatoires

Le pouvoir public a institué trois (3) régimes obligatoires dans notre pays : l'assurance automobile (volet RC), l'assurance transport des facultés importées et l'assurance tous risques chantiers.

L'objectif de l'Etat est d'assurer la protection des biens, des personnes, des victimes d'accidents et des gros investisseurs du risque imminent.

1.1 L'assurance automobile (volet RC)

Elle est rendue obligatoire par ordonnance n° 01 /CD de 1965 et concerne uniquement le volet RC. Cette garantie couvre les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile de l'assuré pour des dommages dont il est responsable du fait de la mise en circulation du véhicule terrestre à moteur. Cette branche occupe une part importante dans le chiffre d'affaire de la SAAR TCHAD. Elle représente **28%** du chiffre d'affaire de la SAAR pour l'exercice 2019 soit **1,511 milliards de F CFA**. Il convient de relever que malgré l'obligation d'assurance, le taux de pénétration de la branche reste faible. Cette situation trouve sa justification dans les pesanteurs socio-économiques.

1.2 L'assurance transport des facultés importées

Elle est rendue obligatoire par décret n° 736/MFM/MEC/DG/SCA/85 du 19 novembre 1985. Ce décret est mis en application par arrêté n° 0019/MFM/MEC/DG/SCA/86 qui stipule en son article premier que « l'obligation d'assurance instituée par ce décret s'applique aux facultés ou marchandises dont la valeur en FOB (Free On Bord) atteint 500 000 F CFA ». Elle englobe le transport maritime, aérien, ferroviaire et terrestre.

Cette branche a connu une importante croissance entre 2003 et 2010 au moment de l'exploitation du pétrole tchadien et au début de sa commercialisation. Le tableau ci-dessous illustre les chiffres de ladite branche.

1.3. L'assurance Tous risques chantiers

Rendue obligatoire par décret n° 737/PR/ MFM/DG/SCA/85 du 15 novembre 1985, cette assurance couvre la responsabilité du promoteur de l'œuvre du chantier contre les dommages matériels et corporels pouvant survenir de son fait d'une part, et les dommages matériels pouvant être subis par l'ouvrage depuis le début des travaux jusqu'à la réception d'autre part. Cette branche représentait, il y a quelques années en termes des chiffres d'affaire une part importante de la production de la SAAR. Depuis la chute des cours mondiaux du pétrole, le Tchad à l'image des nombreux pays pétroliers dont l'économie ne dépendait que de la seule manne pétrolière a subi les conséquences de la crise mondiale. Les investissements de l'état sont presque tous gelés pour se consacrer aux services sociaux de base.

Cette absence des ressources a entraîné la fermeture des chantiers et le renoncement à l'ouverture des nouveaux chantiers avec pour conséquence la chute de la production de cette branche au cours de ces dix dernières années.

Paragraphe 2 : Les assurances facultatives

1.1 L'assurance maladie

Elle garantit le remboursement des divers frais exposés à l'occasion d'une maladie. Le remboursement des frais se fait à travers deux systèmes de gestion à savoir : le remboursement direct et le tiers payant. L'option de remboursement est au choix du souscripteur. Une franchise selon le contrat est laissée à la charge de l'assuré.

L'assurance maladie, constitue l'un des plus importants produits commercialisés par la SAAR après l'automobile. Il se pose cependant un problème de rentabilité de cette branche. La SAAR doit renforcer son équipe de gestion de cette branche pour accroître le contrôle afin de réduire la fraude qui semble importante.

1.2 L'assurance individuelle accidents

Elle couvre les risques d'accidents qui constituent une menace quotidienne pour les hommes d'affaires, les commerçants, les chefs d'entreprises, les particuliers, les chefs de familles et les travailleurs tant dans la vie privée que professionnelle.

1.3 L'assurance incendie et perte d'exploitation

La branche incendie et risques annexes commercialisé par la SAAR couvre un ensemble de produits constitués de :

- La globale de banque ;
- La globale dommage ;
- Les multirisques (bureau et habitation) ;
- L'assurance incendie et les risques divers

Elle couvre les réparations des dommages matériels causés à autrui par un incendie ayant pris naissance chez l'assuré qui est donc responsable. Elle couvre également les dommages subis par les biens meubles et immeubles ainsi que leurs embellissements, la perte de loyer, la privation de jouissance et la perte d'exploitation qu'une entreprise pourrait subir à la suite d'un incendie ayant réduit les activités pendant une période donnée.

1.4. L'assurance responsabilité civile générale

L'assurance responsabilité civile est un contrat qui garantit les conséquences pécuniaires encourues par l'assuré lorsque celui-ci cause un dommage à un tiers. Il existe plusieurs types d'assurance de responsabilité. Les assurances RC les plus sollicités à la SAAR TCHAD sont :

- La responsabilité civile chef d'entreprise
- La responsabilité civile professionnelle
- La responsabilité civile événementielle
- La responsabilité civile exploitation
- La responsabilité civile scolaire

Ce sont des types des contrats qui concernent les particuliers, les professionnels, les entreprises et les associations. Malgré l'importance de ce type de contrat surtout pour les professionnels à l'image de ceux qui exerce la profession libérale, huissier, avocat, notaire etc... cette branche ne représente pratiquement rien dans le portefeuille de la SAAR TCHAD.

SECTION II : LA PLACE DE LA SAAR ASSURANCES SUR LE MARCHÉ TCHADIEN DES ASSURANCES

Paragraphe 1 : Le marché tchadien des assurances

Le Tchad, pays producteur de pétrole depuis 2003, est devenu très dépendant de cette ressource. L'économie tchadienne qui reposait auparavant sur l'agriculture, a vu son PIB presque doublé entre 2001-2017. Ensuite elle connut une récession pendant deux ans à la suite de la chute du prix du baril de pétrole. Mais une augmentation significative de la production agricole et pétrolière vient soutenir l'économie avec une croissance en 2018 (2,4%) puis en 2019 (3,4%).

D'ailleurs, le secteur des assurances ne représente pas grand-chose dans l'économie tchadienne. Ce qui s'explique par une très faible culture de l'assurance de la population et un manque de volonté politique à faire progresser ce secteur.

Dans la zone FANAF, le Tchad qui demeure le 15^{ème} marché, totalise un chiffre d'affaires de 13,609 milliards Franc CFA au cours de l'année de 2019. Au sein du marché tchadien des assurances, il y a trois (03) Compagnies d'Assurances présentes, la STAR Nationale et SAAR Assurances exercent leurs activités dans la branche non vie. Quant à STAR Vie, qui, est spécialisée dans les produits d'assurance vie.

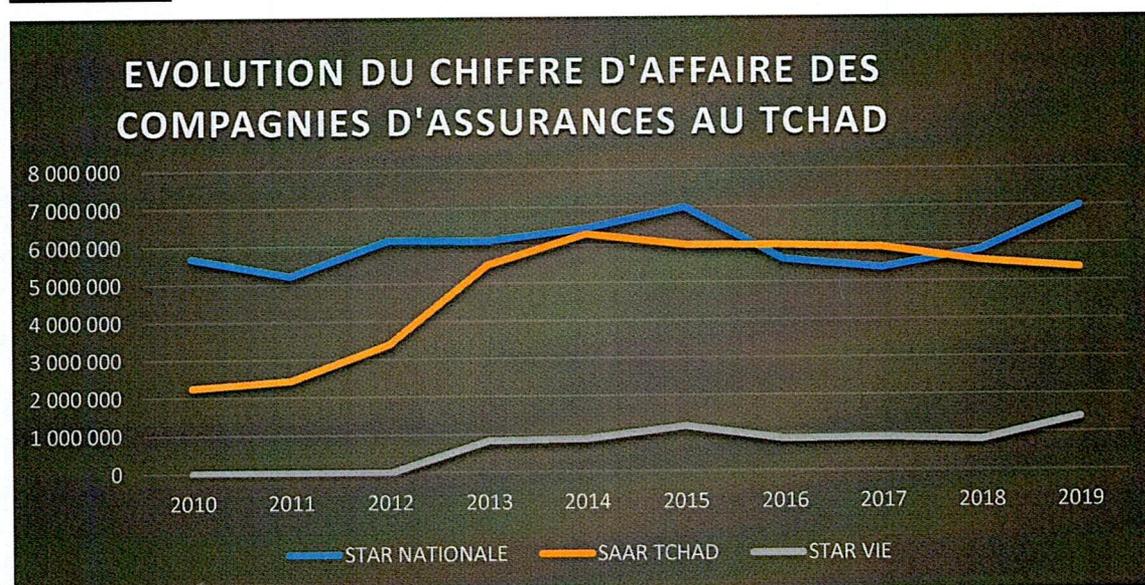
En effet, les années 2010 et 2011 se matérialise par le recul du chiffre d'affaires. Ce n'est qu'à partir de 2012, que le chiffre d'affaires croit avec une forte progression du chiffre d'affaires (25%). Mais la plus forte progression du chiffre ayant été réalisé par les compagnies d'assurances est celle de l'année 2013 (30%). Le chiffre d'affaires continue de croître jusqu'à atteindre le pique en 2015 réalisant un montant de 14,181 milliards de F CFA. Soudain, en 2016 commença la période de recension économique qui toucha tous les secteurs d'activités avec un recul du taux de progression (-12%) dans le secteur. On note par la suite une nette amélioration du chiffre d'affaire (12,174) en 2018 suivi d'une progression en 2019 (13%).

Le tableau ci-dessous relate l'évolution du chiffre d'affaires du marché tchadien des Assurances au cours des dix dernières années.

Tableau 1: Evolution du chiffre d'affaires du marché tchadien des assurances

CHIFFRE D'AFFAIRES MARCHE TCHADIEN DES ASSURANCES AU DES DIX DERNIERES ANNEES EN MILLIERS DE F CFA.					
ANNEE	STAR NATIONALE	SAAR TCHAD	STAR VIE	TOTAL	TAUX DE PROGRESSION
2010	5 683 435	2 249 270	0	7 932 705	
2011	5 211 835	2 437 255	0	7 649 090	-4%
2012	6 141 935	3 396 830	0	9 538 765	25%
2013	6 119 665	5 492 175	828 575	12 439 760	30%
2014	6 443 235	6 291 275	876 390	13 610 900	9%
2015	6 992 125	5 995 870	1 194 065	14 181 405	4%
2016	5 605 490	5 983 425	848 225	12 437 140	-12%
2017	5 367 725	5 915 960	869 185	12 152 215	-2%
2018	5 822 950	5 548 505	802 375	12 174 485	0%
2019	6 978 370	5 346 765	1 388 600	13 713 735	13%
TOTAL	60 366 765	48 657 330	6 806 760	115 830 200	

SOURCE : FANAF

**Figure 3: Evolution du chiffre d'affaire des compagnies d'assurances au Tchad**

Paragraphe 2 : la place de la SAAR sur le marché tchadien des Assurances

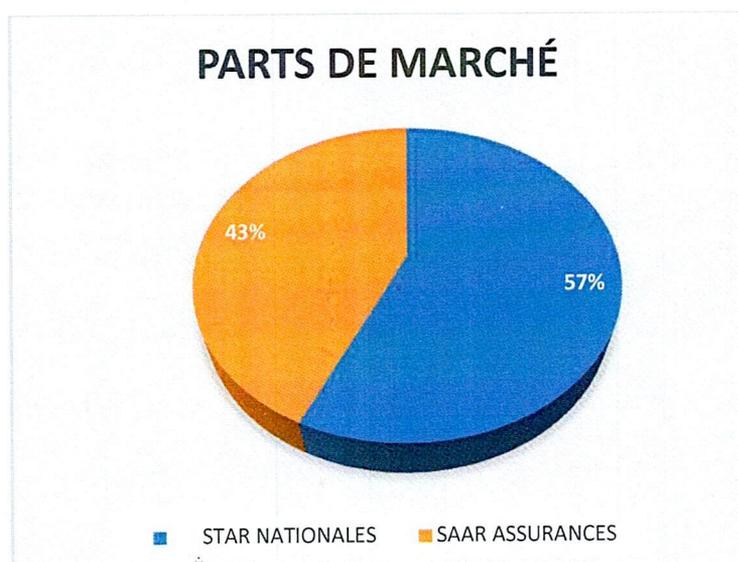
Il s'agit ici de voir le poids du chiffre d'affaire de la SAAR Tchad sur le marché.

En effet, la SAAR Tchad détient la deuxième place sur le marché, derrière la STAR Nationale, réalisant un chiffre d'affaire de 5,347 milliards de F CFA en 2019 avec une part de marché de 43% et un taux de progression de - 4%.

Tableau 2 : classement des sociétés d'assurances au Tchad

SOCIETES	2017	2018	2019	Taux de progression	Part de marché	Rang	Rang
STAR NATIONALES	5 368	5 823	6 978	17%	57%	1 ^{er}	1 ^{er}
SAAR ASSURANCES	5 916	5 549	5 347	-4%	43%	2 ^{ème}	2 ^{ème}
TOTAL NON VIE	11 284	11 372	12 325	8%	100%		
STAR VIE	869	802	1 389	42%	100%	1 ^{er}	3 ^{ème}
TOTAL VIE	869	802	1 389	42%	100%		
TOTAL	12 153	12 174	13 714	11%	100%		

Source : FANAF

**Figure 4** : parts de marché des compagnies non-vie

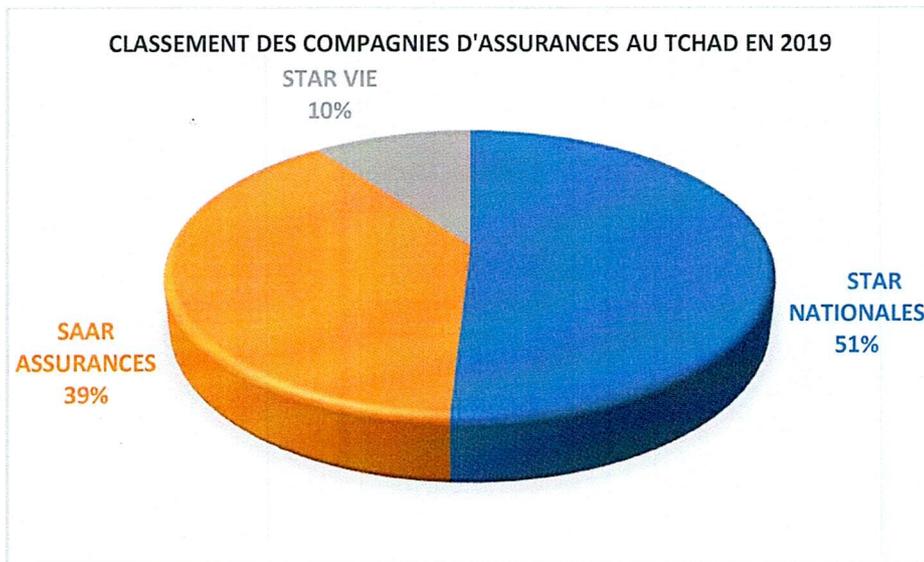


Figure 5: classement selon le chiffre d'affaire des compagnies d'assurances au Tchad en 2019

**SECONDE PARTIE :
LES DEFIS ET ENJEUX DES COMPAGNIES
D'ASSURANCES FACE A LA
DIGITALISATION : CAS DE SAAR
ASSURANCES TCHAD**

La seconde partie sera subdivisée en deux parties. Il ressort que, le premier chapitre traite des défis et enjeux des compagnies d'assurances face à la digitalisation puis le second de la proposition de mise en œuvre d'une plateforme digitale à la SAAR Assurances Tchad.

CHAPITRE 1 : LES DEFIS ET ENJEUX DES COMPAGNIES D'ASSURANCES FACE LA DIGITALITION

Nous allons d'abord mettre en exergue dans ce chapitre les généralités sur la digitalisation (**section I**), ensuite les défis des compagnies d'assurances face à la digitalisation (**section II**) et enfin leurs enjeux (**section III**).

SECTION I : GENERALITES SUR LA DIGITALISATION

Paragraphe 1 : Terminologie et définitions

1.1 Terminologie

Selon l'Académie française, l'adjectif *digital* signifie « qui appartient aux doigts, se rapporte aux doigts ». Il vient du mot latin *digitalis*, « qui a l'épaisseur d'un doigt », lui-même dérivé de *digitus*, « doigt ». C'est parce que l'on comptait sur ses doigts que de ce nom latin a aussi été tiré, en anglais, *digit*, « chiffre », et digital, « qui utilise de nombres ». Le vocabulaire anglo-saxon « *digital* » est rendu populaire dans les années 80 en l'utilisant à la place de *numérique*. Et ce, en raison du succès des « digital display » ou encore affichage à 7 segments que ce vocable à commencer à être utilisé pour les affichages de nombres, puis pour tout système numérique.

La digitalisation est le procédé par lequel on vise à transformer un objet, un outil, un process ou un métier en un code informatique afin de le remplacer et le rendre plus performant. Parfois elle prend un sens différent, comme l'utilisation des technologies numériques pour modifier un modèle économique et générer des nouveaux revenus et des nouvelles opportunités génératrices de valeur.

1.2 Définition des concepts

1.2.1 Internet des objets (IDO)

L'IDO implique l'interconnexion de périphériques physiques, de véhicules, d'immeubles et d'autres éléments (également appelé appareils connectés), intégrés à des composants électroniques, logiciels, des capteurs, des actionneurs et une connectivité réseau qui permettent à ces objets de collecter et d'échanger des données.

1.2.2 Télématique

La télématique fait appel aux télécommunications, aux capteurs et à l'informatique pour permettre l'envoi, le stockage et le traitement de données via des dispositifs de télécommunication, affectant ou non le contrôle d'objets distants.

1.2.3 Comparateurs d'assurances et conseillers robot

Il s'agit de services en ligne permettant une comparaison automatisée de produits d'assurances, basée sur un algorithme, et des conseillers sans intervention humaine. En plus d'offrir des produits d'assurances, ils sont utilisés pour résoudre les problèmes de couverture adéquate par le biais de conseils numériques.

1.2.4 L'apprentissage automatique (Machine Learning)

C'est la science moderne qui consiste à rechercher automatiquement des modèles dans vos données à l'aide de méthodes et d'algorithmes sophistiqués.

1.2.5 Intelligence Artificielle

L'intelligence artificielle croise plusieurs technologies capables de simuler des processus cognitifs dans le but de permettre à une machine de reproduire ou d'exécuter des fonctions normalement associées à l'intelligence humaine : compréhension du langage, raisonnement et analyse, perception, adaptation et apprentissage. De plus, les récents progrès de l'IA ont ouvert des nouvelles portes au secteur de l'assurance tel que :

- Les gains de productivité liés à l'automatisation de certaines tâches ;
- L'amélioration de la relation client (entre assureur et assuré) ...

1.2.6. Blockchain

La blockchain est une technologie qui permet d'enregistrer des échanges, des transactions, des données et des informations consultables et accessibles par tous, partagées par ces différents utilisateurs sans intermédiaire. Ce système décentralisé est réputé inviolable. Les assureurs quant à eux, sont séduits par cette technologie qui permet de faire baisser les coûts, gagner du temps, éliminer les risques de fraude...

1.2.7 Big Data

Le big data désigne de vastes ensembles de données, dont l'existence comme le traitement rapide ont été rendus possibles par l'évolution technologique. Il faut préciser que le secteur des assurances est l'un des domaines où le Big Data joue un rôle primordial du fait que l'assurance repose sur l'estimation et la prédiction des événements futurs d'une part et sur la mesure du risque d'autre part. Cela permettra donc aux compagnies d'assurances de faire

une tarification sur mesure. Le Big Data devient donc un outil indispensable dans la gestion des risques.

1.2.8 Plateformes

On distingue plusieurs types de plateformes :

- Les entreprises plateformes : elles sont très récentes. Exemple : Airbnb, Alibaba, Facebook, Netflix...
- Les plateformes digitales : sites internet ou de présentation des produits et solutions pour développer la vente et/ou la relation client ;
- Les plateformes IT : structures techniques. Elles permettent d'implémenter différentes technologies en fonction des besoins ;
- Les plateformes business : pour ouvrir une entreprise à un écosystème qui lui permet d'étendre ses affaires et/ou d'améliorer l'expérience utilisateur.

En revanche, nous nous intéressons ici à la plateforme digitale. La notion de plateforme digitale correspond à un service assumant le rôle d'intermédiaire en ce qui concerne l'accès à divers contenus, informations, services, biens, etc... Son avantage est qu'elle propose une intermédiation entre plusieurs parties présentes dessus, ainsi qu'une gamme de services additionnels dans la plupart des cas. La puissance d'une telle structure est tellement dense qu'elle peut clairement influencer l'activité économique du marché de l'assurance.

1.2.9 Assurtech

Ce sont des entreprises exerçant dans le secteur de l'assurance. Elles s'appuient sur les nouvelles technologies pour introduire des innovations qui conduisent inéluctablement à l'éclosion de nouveaux modèles économiques, de nouveaux processus, de nouveaux produits.

1.2.10 Assurance à l'usage

C'est un nouveau modèle commercial introduit par les assureurs automobiles qui permet de mettre en place des mécanismes de tarification de la prime d'assurance en combinant des critères d'utilisation effective du véhicule.

1.2.11. Assurance à la demande

Il s'agit d'un nouveau modèle économique spécialisé dans la couverture des seuls risques encourus à un moment donné.

Paragraphe 2 : La transformation digitale

Aujourd'hui, on s'aperçoit que la maîtrise de la technologie et la capacité à s'en servir deviennent un avantage réel en cette période de coronavirus. Jamais le monde n'a eu autant

besoin d'un soutien technologique à ce niveau. La « transformation digitale » est devenue indispensable pour tout individu. D'ailleurs, les pays qui sont en mesure de traiter les données et de les utiliser montrent une capacité d'adaptation et un avantage majeur face à cette crise. Nous n'en dirons pas moins pour les firmes.

En Afrique, le marché des assurances a toujours du mal à décoller avec un taux de pénétration de 3% et une part de marché de 1,4% des primes globales d'assurance dont les principales causes peuvent être : les produits non conformes aux attentes des assurés ou non compris, l'absence de conseils aux assurés et victimes, les difficultés à exécuter les plans d'affaires etc...

Voilà pourquoi, les assureurs cherchent à augmenter leur capacité pour permettre aux clients, agents et employés d'utiliser leurs services. Ils déploient les technologies et innovations qui sous-tendent la révolution digitale et accompagnent leurs clients dans cette transition. Jusqu'à présent, les compagnies d'assurances considèrent la digitalisation comme un service complémentaire qui leur donnerait un avantage sur le marché. Mais du jour au lendemain, cette option est devenue la base de toutes nos activités commerciales et de la survie des firmes. Nous sommes au cœur même de la révolution digitale. Celle-ci change les comportements de consommation des individus traduisant des besoins nouveaux : l'immédiateté² et la personnalisation³. Pour répondre à ces besoins, les entreprises sont incitées à jouer un rôle actif dans la transformation digitale. Elles leur incombent donc de créer les conditions d'un climat de confiance. Le secteur des assurances s'adapte avec l'évolution technologique. De lors on voit le développement de nouveaux services comme l'assurance à l'usage, à la demande ou à l'objet.

SECTION II : LES DEFIS DES COMPAGNIES D'ASSURANCES FACE A LA DIGITALISATION : CAS DE SAAR TCHAD

Paragraphe 1 : Focus sur la digitalisation à la SAAR Assurances Tchad : constat

Les compagnies d'assurance comme toutes autres institutions financières accomplissent de nombreuses et différentes tâches, mais celles qui caractérisent le plus l'activité assurancielles sont bien la production et la gestion des sinistres. Certes, la SAAR Assurances Tchad a fait

² Le désir d'un service fluide et réactif.

³ Un individu qui veut être reconnu pour ce qu'il est, distinct des autres.

l'effort de se doter de systèmes d'information, par l'acquisition de solutions IT de types ERP, qui lui a permis d'améliorer de manière considérable la méthode de travail de ses employés. Grâce à un pro logiciel appelé ORASS, il est dorénavant permis de gérer et de suivre quotidiennement l'ensemble des informations et services opérationnelles de la compagnie.

Bien qu'en interne, la digitalisation de l'entreprise est en bonne voie, il faut relever qu'en externe, aucun effort n'a été fait et cela donne même l'impression que l'entreprise minimise les enjeux relatifs à l'usage de l'internet. Car nous avons constaté que la SAAR Assurances Tchad n'a pas encore mis en place un moyen de communication Corporate (promotion de la marque et de l'image de l'entreprise) de marketing commercial (promotion des produits et services).

Il y a lieu de notifier que, lors de l'utilisation d'ORASS plusieurs imperfections liées à son paramétrage ont été relevé telles que : la souscription qui se fait manuellement dans toutes les branches hormis la branche automobile dont la souscription se fait automatiquement ou encore l'impossibilité d'exporter les données vers d'autres logiciels d'analyse et de traitements.

A partir d'ORASS les principaux services opérationnels effectuent leurs taches comme suit :

❖ **Département sinistre et contentieux**

Au niveau de ce département ORASS nous permet de :

- Saisir les déclarations de sinistres
- Tirer les quittances de bon de prise en charge, les provisions, les indemnités définitives ;
- Connaître la sinistralité par branches de la compagnie....

❖ **Département production et réassurance**

Ce département est divisé en deux : le réseau des bureaux directs et le réseau des intermédiaires. Il s'agit de souscrire aux différents produits d'assurances commercialisés à la SAAR Assurances (Automobile, Incendie et Pertes d'exploitation, Tous Risques Chantiers, Responsabilité Civile.)

Pour les bureaux les directs, les principales opérations sont effectuées sur ORASS et peuvent être contrôlés par le service comptabilité.

En ce qui concerne le réseau des intermédiaires, certains courtiers utilisent des logiciels pour la souscription des contrats tel qu'en assurance automobile et assurance voyage. La société de courtage va transmettre les contrats souscrits avec à l'appui les états mensuels de souscriptions pour chaque branche à la compagnie. Celle-ci va donc la ressaisir sur ORASS, ce qui ne facilite pas la tâche au gestionnaire des courtiers. Or avec la digitalisation, on peut faire mieux que ça.

A l'exception de l'Assurance Automobile ou de l'Assurance Voyage, la souscription ne se fait pas automatiquement à la SAAR Assurance Tchad. Par conséquent, le souscripteur doit faire la cotation sur Excel avant de pouvoir introduire manuellement le montant de la prime sur ORASS.

❖ Service comptabilité

Dans ce service, plusieurs tâches sont effectuées sur ORASS. Il s'agit donc de :

- Passer les écritures comptables ;
- Faire le traitement périodique ;
- Contrôle des encaissements des Agents, bureaux directs, courtiers...
- Remplir les états statistiques et financiers

❖ Service informatique

Les tâches courantes au sein de ce service sont les suivantes :

- L'approvisionnement des attestations d'assurances et carte rose ;
- L'annulation des encaissements ;
- L'annulation de la police ;
- Dévalidation de la police ;
- Création des profils d'utilisateurs (attributions des accréditations)
- Extraction des données.....

En effet, dans un monde où la moitié de la population a accès à internet, le besoin de se digitaliser se fait sentir. Il importe donc pour l'entreprise d'évoluer et de faire évoluer ses services. Cette évolution nécessite une agilité de la part de la SAAR Assurances Tchad pour pouvoir rattraper les nouvelles attentes des assurés.

Paragraphe 2 : Les principaux défis de la digitalisation de SAAR Assurances

La satisfaction du besoin des consommateurs étant un élément primordial pour tout prestataire de service. Par conséquent, la Compagnie d'assurance en tant que prestataire de service, doit s'adapter au fur et à mesure que les besoins des clients évoluent.

De nos jours, les consommateurs ont évolué dans leurs usages (mobilité, économie de partage, ...). Cependant il est nécessaire pour les assureurs de prendre en compte ses éléments pour les couvrir. Nous voyons donc, de par le monde l'apparition de nouveaux acteurs dans le secteur tel que les comparateurs d'assurances, les Assurtech, les GAF⁴... Au risque de disparaître, les assureurs sont amenés à saisir les opportunités de la digitalisation par la mise en place d'autres stratégies de développement axées sur l'utilisation des outils des nouvelles technologies. Ces derniers, influencent toute la chaîne de valeur de l'assurance, de la conception en passant par la souscription et la tarification des produits jusqu'à la gestion des relations avec les clients.

En zone CIMA, l'Assurance, bien qu'étant un secteur marginal aujourd'hui, peut inciter et attirer les consommateurs (assurés/prospects) grâce à la digitalisation de ses activités.

1.1 Les défis vis-à-vis des assurés/prospects

Dans un monde de plus en plus connecté, les modèles classiques des compagnies d'assurance ne sont plus compétitifs pour fidéliser leurs clients et en conquérir des nouveaux. Pour cela, plusieurs défis majeurs restent à relever. On peut citer parmi eux :

1.1.1 L'expérience client

Contrairement au secteur bancaire, les interactions et conversation avec les clients sont rares chez les assureurs. Car, ils se mettent habituellement en contact avec leur client qu'au moment de la souscription, du sinistre, du renouvellement ou de la résiliation. On rencontre le plus souvent ce type de communication fragmentée dans l'assurance IARD. A cet effet, ils peuvent s'appuyer notamment sur les différentes technologies en place pour :

- Animer les communautés sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, ...);
- Comprendre et analyser le comportement des clients afin de proposer corrélativement des adaptations de contrat ou des nouveaux produits d'assurances ;
- Digitaliser l'ensemble du process, qui serait plus orientés clients via différents outils (Chat, blog, FAQ, ...);

⁴ GAF⁴ : Google, Apple, Facebook, Amazon.

- La mise en place de partenariats et de nouveaux services afin de proposer des offres personnalisées

1.1.2. Optimisation du traitement des sinistres

De nos jours les assurés demandent à leurs assureurs, de la qualité, de l'immédiateté et de la transparence. En se basant sur les nouveaux outils technologiques, les assureurs peuvent améliorer le niveau d'efficacité du traitement de sinistres afin d'influencer la satisfaction des assurés. Les critères principaux sont évidemment :

- ✓ La déclaration de sinistre à partir d'un mobile
- ✓ L'éclaircissement de l'identification des responsabilités en cas de sinistres avec comme vertu la responsabilisation des comportements et l'accélération des indemnisations
- ✓ L'indemnisation rapide et de manière simplifiée en cas de sinistre ;

1.1.3. Instaurer un climat de confiance par la maîtrise des risques

La maîtrise des risques passe par différentes actions complémentaires, notamment la compréhension du comportement des assurés via l'utilisation des objets connectés qui permet à l'assureur :

- De proposer des garanties à la situation réelle du risque de l'assuré ;
- D'offrir des conseils et des services préventifs aux assurés afin de limiter l'occurrence d'un risque ;
- D'analyser les données de masse sur l'activité d'assurance, pour détecter la fraude éventuelle ou des comportements risqués

1.2. Les défis du point de vue réglementaire

L'intégration du digital dans le secteur des assurances peut apporter des réponses aux nouveaux besoins des assurés et bénéficiaires de contrats. Etant entendu que l'Assurance est un secteur réglementé, les changements qui peuvent être apportés doivent avoir un impact sur la réglementation en vigueur. Pour accompagner la digitalisation des compagnies d'assurances dans la zone CIMA, plusieurs dispositions du code doivent être mises à jour par la CIMA. Parmi elles, nous pouvons recenser et commenter :

- ✓ **Article 6** : les dispositions de cet article nous parlent sur les moyens de transmission de la proposition d'assurance ainsi que la fiche d'information que doit fournir

l'assureur à l'assuré avant la conclusion du contrat d'assurance. Ce qui devient un frein dans le processus de digitalisation. Dans le souci d'accompagner le processus de digitalisation, le législateur peut apporter des modifications. Par exemple la fiche d'information et le courrier peuvent être établies sous forme électronique.

- ✓ **Article 7** : cet article évoque la question de la signature des parties sur un avenant d'addition ou de modification. La signature identifie les parties et exprime leurs approbations dans tout acte juridique. Cela constitue un obstacle également à la digitalisation dans les compagnies d'assurances. Toutefois, la signature numérique paraît comme une solution idéale à cet obstacle.

Par ailleurs, des failles semblables ont été également identifiées dans les suivants articles 12, 13, 14, 19, 21,22, 23, 26, 29, 40,41,64,65,73,75,89,91,97,235,701.

SECTION III : FOCUS SUR LES ENJEUX DE LA DIGITALISATION DANS LES COMPAGNIES D'ASSURANCES

La digitalisation est un phénomène qui bascule toute la sphère économique mondiale. Elle devient une norme à suivre dans tous les secteurs d'activités. Clarté de l'information, service client accessible dématérialisation des relations, connaissance client personnalisé et approfondie, multitude de services à partir du mobile... deviennent la stratégie principale des acteurs.

Aujourd'hui la société Sunu Assurances-vie Cote d'Ivoire, grâce à une plateforme numérique, offre la possibilité de souscrire via un téléphone mobile. Ou encore l'entrée fracassante dans certains pays de la zone CIMA d'une assurtech (Baloon) qui exerce ses activités dans le courtage.

Néanmoins, si la digitalisation en interne de la SAAR Assurances Tchad peut paraître acceptable ; en externe aucune stratégie digitale n'a été mise en place. Sur le marché tchadien, nous avons l'impression que les assureurs minimisent même les enjeux de la digitalisation. Du moins nous récence plusieurs enjeux de la digitalisation auxquels font face les compagnies d'assurances :

Paragraphe 1 : Les attentes des assurés

Les innovations technologiques ont manifestement changé les usages et les comportements de consommation des consommateurs. On note que la période du covid19 a non seulement instauré une autre manière de travailler à distance mais elle a aussi accru le besoin de services virtuels rapides, efficaces et ciblés. C'est pourquoi les compagnies d'assurances doivent revoir leurs stratégies en se concentrant sur les attentes des assurés. Ces derniers ont plusieurs attentes en particulier :

- ❖ Mieux comprendre leur couverture

Il est du devoir de l'assureur de faire comprendre aux assurés la couverture de leurs assurances. Malgré les efforts fournis par les compagnies ou les courtiers, certains assurés peinent à comprendre la couverture de leurs polices d'assurances. Ce qui devient un problème entre les deux protagonistes lors de survenance d'un sinistre. Or, grâce à un conseiller robot⁵ les assurés auront la possibilité, via un terminal, d'avoir des réponses plus ou moins individualisés en fonction des informations fournies par ces derniers.

- ❖ Souscription par téléphone mobile :

La distribution et l'administration d'assurances via des téléphones mobiles utilisant la technologie numérique pour soutenir le processus d'assurance tout au long de la chaîne de valeur pourraient améliorer l'efficacité et accroître le taux de pénétration de l'assurance.

- ❖ Disposer de self-services⁶ pour accéder à l'ensemble de leurs informations et contrats,
- ❖ Se voir proposer des contrats adaptés au plus près de leurs besoins et comportements et configurables à la carte...

Paragraphe 2 : La distribution des produits d'assurance

Le marché tchadien passe par le réseau traditionnel de la distribution d'assurance. En outre, nous remarquons que l'essentiel de la production est mobilisé par les intermédiaires. L'utilisation du digital propose des nouveaux canaux de distributions aux compagnies d'assurances. Il y a lieu d'utiliser une stratégie différenciante pour rendre la distribution multicanale. Ce qui englobe :

- Le web
- Le mobile
- Les réseaux sociaux
- Le téléphone.

Paragraphe 3 : Les innovations technologiques actuelles dans le secteur des assurances

Les différentes innovations technologiques permettront de comprendre et d'anticiper sur les comportements clients, d'évaluer les risques complexe ou encore d'améliorer l'efficacité du processus de production. En résumé, les principales innovations sont :

3.1. L'intelligence Artificielle (IA)

Elle permet d'agir à plusieurs niveaux de la chaîne de valeur de l'assurance tels que la relation client, le backoffice et la gestion.

Les usages de l'intelligence artificielle en assurance

Tableau 3 : usages de l'intelligence artificielle en assurance

Processus	Usages en développement de l'intelligence artificielle
Entrée en relation	<ul style="list-style-type: none"> - Création de produits plus personnalisés - Actions optimisées lors du parcours client - Assistants pour le conseil au client et pour la formalisation de ce conseil - Optimisation de la tarification, modèles dynamiques
Relation Client	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse et orientation des e-mails clients - Robots conversationnels pour réponses en ligne 24/24 - Modélisation du risque de résiliation - Optimisation de la vente croisée
Gestion des sinistres	<ul style="list-style-type: none"> - Identification de la fraude - Automatisation du contrôle de certaines pièces - Automatisation de la gestion de certaines prestations - Analyse d'image pour catégorisation de sinistres (ou plus)
Conformité et sécurité	<ul style="list-style-type: none"> - Identification et connaissance clientèle (KYC) - Assistant dans l'identification de réseaux de fraude et de blanchiment - Outils d'analyse de la réglementation et assistants virtuels - Optimisation de la production de reportings - Amélioration de la cyber-sécurité

Source : « la révolution numérique dans le secteur français de l'assurance » ACPR
Analyses et synthèses n°87 mars 2018

3.2 Le Big Data

C'est un ensemble des actifs d'information volumineux, à grande vitesse et très variés qui exigent des formes de traitement de l'information novatrices et rentables pour améliorer la connaissance et la prise de décision.

Tableau 4: applications possibles du big data dans le domaine de l'assurance

	Applications possibles
Acquisition de clients	<ul style="list-style-type: none"> - Meilleure gestion des campagnes publicitaires ; - Analyse des canaux de distribution à des fins de redéploiement ou de segmentation ; - optimisation des coûts d'acquisition des nouveaux clients
Souscription	<ul style="list-style-type: none"> - Meilleure qualité de la prédiction - Sélection et tarification véritablement personnalisée
Gestion client	<ul style="list-style-type: none"> - Connaissance client enrichie ; - Développement de nouveaux produits ; - Mieux communiquer avec les clients ;
Nouveaux usages connectés	<ul style="list-style-type: none"> - Forte capacité à mieux analyser les usages ; - Meilleure compétence à détecter plus finement les bons ou les mauvais risques ; - Capacité à faire des offres de produits innovants à juste prix.

Source : « la Nouvelle France industrielle, Big Data Feuille de route »

3.3 La Blockchain

Il s'agit d'un système de registre distribué et réputé inviolable dans lequel sont enregistrées des transactions effectuées entre ses utilisateurs depuis sa création. Elle est jugée comme l'innovation technologique la plus disruptive depuis internet. D'ailleurs, elle peut apporter sa contribution dans le secteur de l'assurance en aidant la compagnie d'assurance et les assurés dans la gestion de sinistre de manière transparente, responsable et irréfutable. En plus, les contrats et les sinistres peuvent être enregistrés sur une blockchain et validés par le réseau. Ce qui va déclencher automatiquement le paiement de la prime conséquente lorsque certaines conditions seront remplies.

Aujourd'hui, avec le produit d'assurance de AXA Fizzy lancé sur la blockchain, les souscripteurs peuvent être indemnisés automatiquement en cas de retard de leur vol. Ainsi, d'autres branches peuvent être concerner comme la branche automobile, la branche santé...

3.4 L'internet des objets (idO) :

L'idO désigne diverses solutions techniques qui permettent dans les environnements physiques mais aussi entre des contextes physiques et des univers virtuels d'identifier des objets, de capter, stocker, traiter et transférer des données. Il constitue pour le secteur des assurances un nouveau canal d'optimisation de la connaissance et donc de la relation client. Les objets connectés peuvent être utilisés pour une meilleure analyse de risque et voire même le développement de nouveaux services.

CHAPITRE 2 : PROPOSITION DE MISE EN ŒUVRE D'UNE PLATEFORME DIGITALE A LA SAAR ASSURANCES

SECTION I : PROPOSITION DE MISE EN ŒUVRE D'UNE PLATEFORME NUMERIQUE : SOUSCRIPTION, GESTION DES CONTRATS, TRAITEMENT DES SINISTRES

Dans cette nous allons relater les objectifs et acteurs d'une part (§1) et les impacts de la plateforme digitale sur l'activité de la SAAR-TCHAD d'autre part (§1).

Paragraphe 1 : Objectifs et acteurs

1.1. Objectifs

L'objectif étant de mettre en œuvre une plateforme numérique à la SAAR Assurances Tchad afin qu'elle puisse proposer au public :

- ✓ La souscription en ligne
- ✓ La gestion des contrats
- ✓ Le traitement des sinistres

C'est dans l'optique de réussir ce plan de mise en œuvre que nous subdivisons l'objectif en trois points :

- ✓ **Améliorer de l'expérience client**
- ✓ **Simplifier le processus de distribution des produits et l'activité de l'entreprise**
- ✓ **Atteindre des nouveaux marchés**

1.1.1 Améliorer l'expérience client

Le succès d'un service client dépend généralement de l'expérience client. Celle-ci désigne l'ensemble des émotions ressenties par un assuré avant, pendant et après la souscription d'un contrat d'assurance. Il est donc important pour les compagnies d'assurances d'améliorer

l'expérience client avec l'utilisation d'outils de selfcare⁷ dont : les FAQ (foire aux questions) chatbot⁸ et le Box d'aide⁹.

Il est bien vrai que le marché tchadien des assurances est en duopole mais la SAAR Assurances Tchad se veut accroître son chiffre d'affaire et réaliser des profits. C'est pourquoi elle doit être présente auprès de ses assurés, en leur proposant ses outils de selfcare. Cette approche permettra à l'entreprise d'être plus proche de ses assurés ainsi que de les fidéliser.

1.1.2. Simplifier le processus de distribution des produits et l'activité de l'entreprise

La distribution des produits d'assurances se fait par le réseau traditionnel de salariés des organismes d'assurance et celui des intermédiaires (courtiers, agents...). Mais jusqu'à nos jours la SAAR Assurances Tchad n'a pas pris l'initiative d'explorer le réseau digital. Bien que certaines pratiques commerciales ne soient pas encore permises par le législateur comme la vente directe des produits d'assurances à partir d'une plateforme numérique, la digitalisation des compagnies peut optimiser la distribution des produits d'assurances et simplifier l'activité générale de l'entreprise.

Cependant, dans un marché hautement concurrentiel, la souscription des produits d'assurances, la mise en place de nouveaux canaux de distribution, de gestion de sinistres par le biais du digital peut améliorer l'efficacité de ces opérations. Ce qui deviendra un facteur d'attraction pour la compagnie et donc avoir un impact sur l'accroissement du chiffre d'affaire. Et pour ça il faut :

- Créer et gérer des parcours distributeurs / assuré ;
- Recueillir de besoins, éligibilité et recommandation automatique d'un produit selon le profil de l'assuré ;
- La solution de vente indirecte dédiée : courtage ;
- La souscription multicanale (dont signature électronique) ;
- La tarification et le devis ;
- Le suivi commercial 360° via une interface unique.

⁷ **Selfcare** consiste à donner aux consommateurs les clés pour gérer leurs problèmes ou demandes en toute autonomie comme le Chatbot ou la FAQ dynamique...

⁸ **Le Chatbot** est un robot conversationnel qui interprète en langage naturel un message textuel ou vocal émis par un utilisateur.

⁹ **La box d'aide** est une petite fenêtre qui apparaît sur une page internet visitée, le plus souvent en bas à droite de la page. Elle permet d'accompagner l'internaute tout au long de son parcours utilisateur sur un site internet.

1.1.3. Optimiser et enrichir la relation assurée

La prise de contact entre assurés/prospects et le service client se fait le plus souvent à la souscription ou à la déclaration de sinistre ou encore à la demande d'indemnisation. Mais la présence d'une plateforme numérique donne la possibilité à l'assuré de contacter son assureur à partir. Ce qui peut être un moyen de fidéliser les clients et d'en attirer d'autres.

1.2 Les différents acteurs et leur rôle dans le projet

Le déploiement d'une plateforme digitale nécessite de mobiliser les ressources pour sa réalisation. Car plusieurs facteurs sont avancés pour qu'une transformation digitale soit porteuse de réussite dans une entreprise d'assurance. On peut citer :

- Le leadership : les acteurs qui font preuve de l'audace et innovent sur leur marché pourraient dominer et gagner des parts de marché ;
- L'innovation technologique : la transformation digitale ne peut être concrétiser qu'avec la présence d'une innovation technologique importante qui doit être maîtrisée par les acteurs du secteur ;
- Le contact « client » : la maîtrise et le développement des points de contact avec les clients deviennent l'une des clés du développement. Ce contact permet l'acquisition et la conservation des données ;
- L'efficacité : les solutions digitales doivent être pensées aussi pour améliorer l'efficacité opérationnelle des processus.

Ainsi, trois grandes étapes sont indispensables pour la gestion de ce projet : le coup d'envoi, la construction et le lancement. Au cours de ces différentes phases du projet, plusieurs experts sont amenés à intervenir. Mais la durée des étapes et la composition des équipes peut dépendre de la complexité du projet et des infrastructures informatiques existantes à la SAAR Tchad.

Toutefois la mise en place d'une plateforme digitale mobilise généralement :

- Un chef de projet : il sera chargé de la gestion des équipes et du bon déroulement des opérations. Son rôle sera d'assurer le cadrage du projet et de veiller au respect des délais.

- Un consultant du prestataire ORSYS: connaissant parfaitement ORASS, il conseille l'entreprise pour répondre à ses besoins à partir des fonctionnalités de la plateforme. Il aide à l'implémentation de la solution définie lors du cadrage
- Une équipe technique de SAAR groupe : elle sera chargée d'accompagner et de prêter assistance à l'accomplissement de ce projet.
- Fournisseurs : il s'agit de faire appel aux fournisseurs aux fournisseurs de la téléphonie mobile et celui de l'internet.

Paragraphe 2 : Quelques impacts de la plateforme digitale sur l'activité de la SAAR-TCHAD

3.1. Département production

- ✓ Cela permettra de numériser la souscription afin de permettre aux clients d'utiliser des canaux innovants comme une application mobile ou le site web. Cela permettra aux gestionnaires de contrats de jouer leurs rôles de conseiller les assurés qui souhaitent avoir plus d'explications sur leurs garanties ;
- ✓ Offrir la possibilité aux clients d'avoir un devis via la plateforme numérique
- ✓ Doter les commerciaux des tablettes numériques pour qu'ils puissent placer leurs affaires à partir de la plateforme...
- ✓ Rapidité de la souscription des contrats en ligne

3.2. Département sinistre

- ✓ Grâce à la digitalisation, les assurés peuvent faire la déclaration de leurs sinistres à partir de ladite plateforme. Ce qui va faciliter la tâche aux agents du service sinistre.
- ✓ Automatiser le règlement des sinistres va aider à résoudre le problème de la désintermédiation dans la gestion des sinistres. Car le bénéficiaire des indemnités sera bien connu lors de la déclaration des sinistres et recevra ses indemnités via les canaux de paiements mobiles ou bancaires
- ✓ Créer une rubrique dédiée à la recherche des familles des victimes décédées non identifier afin de retrouver leurs ayants droit pour une éventuelle indemniser
- ✓ Pour permettre aux intéressés de suivre leurs dossiers sinistres, la SAAR Tchad doit mettre en place un GED métier (Gestion électronique des documents)

3.3. Service comptabilité et finance

- ✓ Paiement d'une ou de plusieurs quittances en ligne
- ✓ D'opérer des versements d'indemnités via la plateforme
- ✓ Mise en œuvre d'un virement électronique

SECTION II : LES DIFFERENTES APPROCHES EXISTANTES ET LA SOLUTION OPTIMALE

Aujourd'hui, la SAAR Assurances Tchad travaille en étroite collaboration avec son ORSYS, a digitalisé certaines tâches au sein de ses services opérationnels grâce au logiciel ORASS.

Dans notre démarche nous nous sommes appuyés sur la technologie existante pour la conception de notre plateforme digitale. Le fournisseur de ORASS, ORSYS peut étendre ses services en nous accompagnant dans notre vision. Nous allons donc présenter les différentes approches existantes (§1) ainsi que la solution optimale (§2).

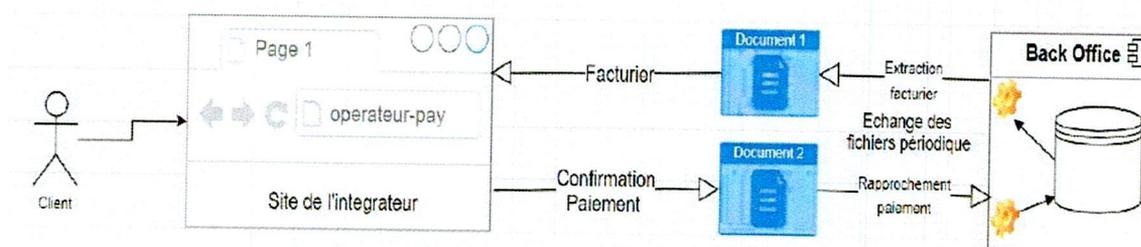
Paragraphe 1 : Les différentes technologies existantes

Selon une étude des cas d'utilisation apporté par ORSYS, nous allons relever les différents scénarii suivants :

1.1. Première approche

1.1.1 Scénarii 1

Approche 1 (Echange fichiers)



Description :

Le fonctionnement de la première approche est basé essentiellement sur un échange de fichier de données entre l'intégrateur et le back-office ORASS@ SUITE. Le premier échange consiste à extraire les quittances impayées côté back-office et les soumettre à la disposition de l'intégrateur de paiement.

Le client connecté sur le site de l'intégrateur de paiement a la possibilité d'accéder à sa quittance (pourvu qu'elle soit dans le jeu extrait) pour opérer le paiement. Une fois le

paiement opéré par l'intégrateur de paiement, il positionne la quittance comme payée. Un rapprochement Périodique du fichier des quittances payées retourné par l'intégrateur de paiement à la compagnie doit être prévu coté Backoffice ORASS@ SUITE. Le processus d'extraction du fichier des quittances impayées (vers l'intégrateur/agrégateur de paiement), et de celui du traitement des quittances payées (reçu de l'intégrateur de paiement) doivent se relayer d'une manière périodique.

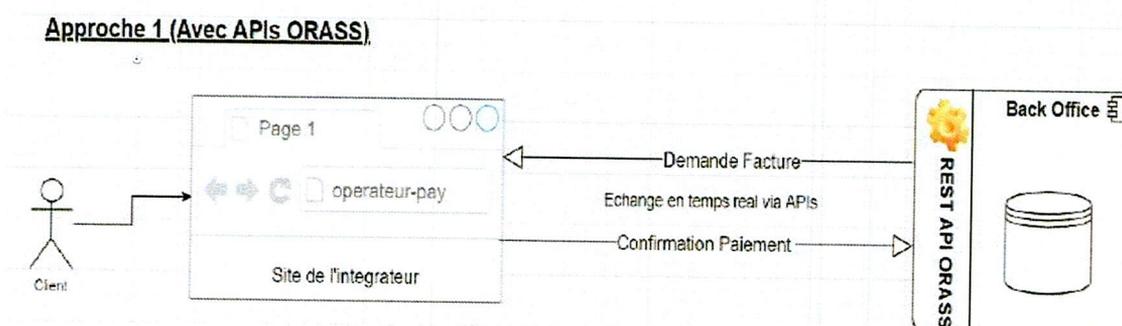
Inconvénients :

- Lourdeur de traitement du processus de préparation des fichiers des quittances impayées côté backoffice ORASS@ SUITE
- Lourdeur de traitement du processus de rapprochement de fichier de retour côté backoffice ORASS@ SUITE.
- Les deux traitements sont périodiques et asynchrone (absence de temps réel)
- Complication de l'aspect de gestion et de suivi au niveau du backoffice.
- Risque d'erreurs dans le traitement des fichiers.
- Limitation de services : un seul service disponible (paiement des quittances)

Avantage :

C'est une intégration simple.

1.1.2. Scenarii 2 (avec API ORASS)



Description :

Le fonctionnement de la deuxième approche est basé essentiellement sur l'élaboration d'APIs spécifiques côté back-office ORASS@ SUITE pour pouvoir communiquer et échanger avec l'intégrateur de paiement.

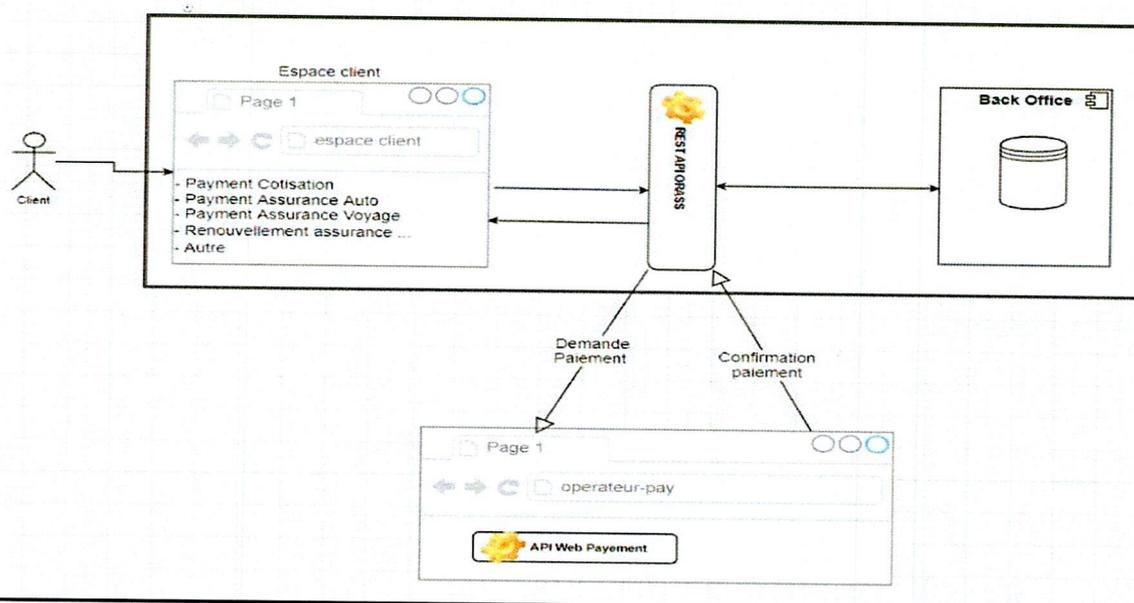
Le client connecté sur le site de l'intégrateur de paiement a la possibilité d'accéder via des APIs spécifiques à ces quittances impayées à partir d'ORASS@SUITE. Ces APIs spécifiques doivent assurer les échanges entre le backoffice et l'intégrateur de paiement selon un schéma bien précis défini principalement par l'intégrateur de paiement. A la fin de ce schéma d'échange, il va y avoir la confirmation de paiement que l'intégrateur de paiement envoie au backoffice, le backoffice ORASS@ SUITE génère l'encaissement et positionne la quittance comme payée en temps réel.

Inconvénients :

Elaboration d'APIs spécifiques selon l'intégrateur de paiement :

- Dépendance vis-à-vis de l'intégrateur de paiement pour tout ajout de services complémentaires ;
- Impact sur le temps d'intégration ;
- Limitation de services : un seul service disponible (paiement des quittances)
- Avantages :
 - Traitements en temps réel

1.2. Seconde approche



Description :

Le fonctionnement de l'approche 2 est basé sur une intégration totale de plusieurs services au niveau du site de la compagnie ou du groupe (si mutualisation de plusieurs compagnies filiales du groupe) ou, accessible via WEB ou mobile. Elle a la faculté d'être ouvert à l'ensemble des services que le backoffice ORASS@SUITE peut offrir aux clients. Les APIs exposés sont des services métiers faisant partie du backoffice ORASS@SUITE. En quelques sortes, on n'a pas besoins d'APIs spécifiques pour les tiers.

Le processus de paiement est géré via l'API de l'intégrateur de paiement en arrière-plan. Une fois la confirmation du paiement reçue de l'intégrateur de paiement (call-back), le backoffice ORASS@SUITE procède automatiquement à la création de l'encaissement et le positionnement de ou des quittances objet de l'encaissement.

Inconvénients :

Sa mise en place est plus avancée par rapport à l'approche 1

Avantages :

- Espace client propre à la compagnie ou au groupe de compagnies mutualisées ;
- Pluralité des services offerts dans l'espace client ;
- Simplicité d'intégration de nouveaux services ;
- L'échange avec le provider se fait en tache de font ;
- Dépendance minimale vis-à-vis de l'intégrateur de paiement
- Intégrabilité totale avec le back-office ORASS@SUITE métiers

Paragraphe 2 : La solution optimale

La solution choisie pour la digitalisation des activités de la SAAR TCHAD est celle de l'approche 2. Puisqu'elle offre la possibilité aux assurés d'accéder à un ensemble de services fournis sur la plateforme digitale tels :

- Paiement d'une ou de plusieurs quittances ;
- Paiement d'un ou de plusieurs termes ;
- D'opérer des versements exceptionnels (en cas de vie) ;
- Paiement des avances ;
- Diverses consultations ;
- Cotation et devis en ligne ;
- Déclaration de sinistre ;
- Diverses demandes en ligne soumise directement aux backoffice ;

Nous tenons à préciser que ORASS n'est pas la seule sur le marché. Il existe en effet de nombreuses solutions apportant chacune leurs avantages et leurs inconvénients.

La solution présentée ici, présente, certes, quelques inconvénients. Sa mise en place demande, par exemple, quelques notions des APIs et du système de paiement en ligne tels que PayPal, MasterCard ; etc.

L'interface d'ORASS n'est pas non plus très facile à prendre en main, elle manque un peu d'intuitivité et donc requiert un minimum de formation ou de consultation de la documentation.

Elle présente néanmoins plusieurs avantages non négligeables.

C'est une solution qui ne demande pas de configuration particulière pour être installée en machine virtuelle. On peut donc l'intégrer sur tous types de machines quel que soit le système d'exploitation, dès lors que cet OS est équipé d'un gestionnaire de machines virtuelles.

Il est nécessaire d'adapter la puissance du réseau en fonction de la taille de l'infrastructure. En effet, plus il faudra gérer de poste, plus le serveur devra répondre à des sollicitations réseau ou sur internet. Cette solution est coûteuse vu qu'elle utilise une licence propriétaire (ORSYS).

CONCLUSION GENERALE

En définitive, nous avons effectué notre stage de fin d'étude de **Maitrise en Sciences et Techniques d'Assurance (MST-A)** dans la **Société Africaine d'Assurance et de Réassurance (SAAR)**. Ce stage nous a permis de confronter nos connaissances acquises à l'institut aux réalités du marché de l'assurance tchadien. Le passage dans cette compagnie durant 3 mois nous a permis de découvrir l'environnement de l'entreprise et de s'intéresser à la problématique des **défis et enjeux des compagnies d'assurances face à la digitalisation : cas de la SAAR-TCHAD**. Ce problème a été soulevé dans l'intérêt de digitaliser la SAAR-TCHAD, qui jusqu'à nos jours n'a pas encore mise en œuvre une stratégie digitale.

A bien des égards, la digitalisation du secteur de l'assurance est perçue comme un moyen pour les assureurs de reconstruire cette relation de confiance perdue. Suite à des échanges constructifs avec le personnel de l'entreprise et grâce à des recherches, nous avons tenté de répondre à cette question en relevant les principaux défis et les enjeux des compagnies d'assurances et en particulier de la SAAR-TCHAD face à la digitalisation. Malgré qu'elle dispose d'un système d'information et d'un personnel capable d'accompagner une transformation digitale, la SAAR-TCHAD ne s'est pas encore inscrite dans l'adoption d'une stratégie numérique.

Partant de ce constat, nous avons tenté de proposer à l'entreprise la mise en œuvre d'une plateforme digitale permettant la souscription, la gestion de contrat et la gestion de sinistre en ligne. Celle-ci va lui permettre d'améliorer son expérience client, de simplifier le processus de distribution des produits et l'activité de l'entreprise puis atteindre des nouveaux marchés.

Toutefois nous sommes bien conscients qu'un tel processus de digitalisation nécessite d'enranger des ressources financières conséquentes, de la main d'œuvre qualifiée ainsi qu'un public prêt à réagir. Dans un pays comme le Tchad où la majeure partie de la population n'a pas accès à internet, le coût de l'internet est élevé, est-il possible de mener une transformation digitale réussie et rentable pour la SAAR-TCHAD.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

1. Actuaris Consulting, Digital : Défis et opportunités pour les assureurs, 39ème AGFANAF 2015.
2. Marie-Laure Dreyfuss, L'ARGUS de l'assurance, la révolution digitale dans l'assurance.

ARTICLES

1. Atlas Magazine, N° 149 mars 2018
2. Optimind Winter, Le digital dans l'assurance, Big Data et Analytics : Des outils au service de la transformation digitale, du 24 juin 2014

SEMINAIRE

La digitalisation de l'assurance : enjeux, implications et actions au niveau des directions nationales des assurances

REGLEMENTATION

1. Avant-projet de règlement sur l'assurance électronique
2. Code des Assurances CIMA

SITE WEB

1. www.fanaf.org
2. www.cima-afrique.org
3. www.google.com

TABLE DES MATIERES

DEDICACES	ii
REMERCIEMENTS.....	iii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	iv
LISTE DES FIGURES.....	v
LISTES DES TABLEAUX.....	vi
RESUME	vii
ABSTRACT.....	viii
SOMMAIRE	ix
INTRODUCTION GENERALE	1
PREMIERE PARTIE :.....	3
DESCRIPTION DE SAAR ASSURANCES TCHAD	3
CHAPITRE I : PRESENTATION DE SAAR ASSURANCES	4
SECTION I : HISTORIQUE ET OBJECTIFS.....	4
Paragraphe 1 : Historique de la SAAR TCHAD.....	4
Paragraphe 2 : Les objectifs de la SAAR TCHAD	4
SECTION II – ORGANISATION DE SAAR ASSURANCES	5
Paragraphe 1 : Organisation et fonctionnement	5
1.1 Structure	5
Paragraphe 2 : Les directions spécialisées	8
2.1 La direction technique (DT).....	8
2.2 Direction Administrative et Financière.....	9
SECTION I : LES PRODUITS COMMERCIALISES A LA SAAR ASSURANCES	11
Paragraphe 1 : Les assurances obligatoires.....	11
1.1 L’assurance automobile (volet RC)	11
1.3. L’assurance Tous risques chantiers.....	12
Paragraphe 2 : Les assurances facultatives	12
1.1 L’assurance maladie	12
1.2 L’assurance individuelle accidents	13
1.3 L’assurance incendie et perte d’exploitation	13
1.4. L’assurance responsabilité civile générale.....	13
SECTION II : LA PLACE DE LA SAAR ASSURANCES SUR LE MARCHÉ TCHADIEN DES ASSURANCES	14
Paragraphe 1 : Le marché tchadien des assurances	14
Paragraphe 2 : la place de la SAAR sur le marché tchadien des Assurances.....	15
SECONDE PARTIE :	18

LES DEFIS ET ENJEUX DES COMPAGNIES D'ASSURANCES FACE A LA DIGITALISATION : CAS DE SAAR ASSURANCES TCHAD.....	18
CHAPITRE 1 : LES DEFIS ET ENJEUX DES COMPAGNIES D'ASSURANCES FACE LA DIGITALITION.....	19
SECTION I : GENERALITES SUR LA DIGITALISATION	19
Paragraphe 1 : Terminologie et définitions	19
1.1 Terminologie.....	19
1.2 Définition des concepts	19
Paragraphe 2 : La transformation digitale	21
SECTION II : LES DEFIS DES COMPAGNIES D'ASSURANCES FACE A LA DIGITALISATION : CAS DE SAAR TCHAD	22
Paragraphe 1 : Focus sur la digitalisation à la SAAR Assurances Tchad : constat	22
Paragraphe 2 : Les principaux défis de la digitalisation de SAAR Assurances	24
1.1 Les défis vis-à-vis des assurés/prospects.....	25
1.2. Les défis du point de vue règlementaire.....	26
SECTION III : FOCUS SUR LES ENJEUX DE LA DIGITALISATION DANS LES COMPAGNIES D'ASSURANCES	27
Paragraphe 1 : Les attentes des assurés	27
Paragraphe 2 : La distribution des produits d'assurance	28
Paragraphe 3 : Les innovations technologiques actuelles dans le secteur des assurances	29
3.1. L'intelligence Artificielle (IA).....	29
3.2 Le Big Data	30
3.3 La Blockchain.....	30
3.4 L'internet des objets (idO) :.....	31
CHAPITRE 2 : PROPOSITION DE MISE EN ŒUVRE D'UNE PLATEFORME DIGITALE A LA SAAR ASSURANCES.....	31
SECTION I : PROPOSITION DE MISE EN ŒUVRE D'UNE PLATEFORME NUMERIQUE : SOUSCRIPTION, GESTION DES CONTRATS, TRAITEMENT DES SINISTRES	31
Paragraphe 1 : Objectifs et acteurs	31
1.1. Objectifs	31
1.2 Les différents acteurs et leur rôle dans le projet	33
Paragraphe 2 : Quelques impacts de la plateforme digitale sur l'activité de la SAAR- TCHAD	34
3.1. Département production	34
3.2. Département sinistre.....	34
3.3. Service comptabilité et finance	34
SECTION II : LES DIFFERENTES APPROCHES EXISTANTES ET LA SOLUTION OPTIMALE	35
Paragraphe 1 : Les différentes technologies existantes	35

	44
1.1. Première approche	35
1.2. Seconde approche	37
Paragraphe 2 : La solution optimale	38
CONCLUSION GENERALE.....	40
BIBLIOGRAPHIE	41
TABLE DES MATIERES	42