



CONFERENCE INTERAFRICAINNE DES MARCHES D'ASSURANCES
(CIMA)

INSTITUT INTERNATIONAL DES ASSURANCES

BP 1575 - Yaoundé – TEL: (223) 22 20 71 52 – FAX (237) 22 20 71 52

E- mail: iiacameroun.com

Site web: <http://www.iiacameroun.com>
Yaoundé / Cameroun



RAPPORT D'ETUDES ET DE STAGE

En vue de l'obtention d'une maîtrise en Sciences et Techniques d'Assurance
(M.S.T.A.)

Thème :

**PROBLEMATIQUE DE LA COMMERCIALISATION
DES PRODUITS D'ASSURANCE –VIE AU MALI**

8ème Promotion 2006 – 2008

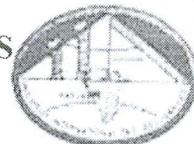
Date de soutenance : 07 Novembre 2008

Présenté et soutenu par
DIARRA Alassane

Sous la direction de
M. TOURE Mamadou
Directeur Général de la SONAVIE



CONFERENCE INTERAFRICAINNE DES MARCHES D'ASSURANCES
(CIMA)



INSTITUT INTERNATIONAL DES ASSURANCES

BP 1575 - Yaoundé – TEL: (223) 22 20 71 52 – FAX (237) 22 20 71 52

E- mail: iaa@iiacameroun.com

Site web: <http://www.iiacameroun.com>

Yaoundé / Cameroun

RAPPORT D'ETUDES ET DE STAGE

En vue de l'obtention d'une maîtrise en Sciences et Techniques d'Assurance

(M.S.T.A.)

Thème :

**PROBLEMATIQUE DE LA COMMERCIALISATION
DES PRODUITS D'ASSURANCE –VIE AU MALI**

8ème Promotion 2006 – 2008

Date de soutenance : 07 Novembre 2008

Présenté et soutenu par
DIARRA ALASSANE

Sous la direction de
M. TOURE Mamadou
Directeur Général de la SONAVIE

SOMMAIRE

Introduction.....	1
Première Partie : Présentation et Organisation Fonctionnelle de la SONAVIE	3
Chapitre I : La présentation de la société la SONAVIE.....	4
Section 1: Le statut juridique.....	4
Section 2 :L'Assemblée Générale.....	4
Section 3 : Le Conseil d'Administration.....	5
Section 4 : La Direction Générale.....	5
Chapitre II : La description des tâches des différents services.....	6
Section 1 : L'inspection chargée du réseau des commerciaux.....	6
Section 2 : L'inspection chargée des risques d'entreprises	8
Section 3 : Le service informatique	12
Section 4 : Le Service Administratif et Financier	13
Section 5 : Le service du personnel.....	14
Deuxième partie cadre Pratique	
Problématique de la commercialisation des produits d'assurance-vie au Mali.....	16
Chapitre I: Problématique de la commercialisation des produits d'assurance-vie au Mali...17	17
Section 1 : La problématique.....	17
Section 2 : L'étude récente de l'OIT au Mali et dans d'autres pays :.....	19
Section 3 : La stratégie marketing des produits d'assurance-vie :	20
Section 4 : les canaux de distribution :	21
Section 5 : La politique de produits adaptés	24
Section 6 : la politique de fixation du prix juste.....	26
Chapitre II : Organisation et stratégie de distribution.....	29
Section 1 : L'organisation sur le plan de la responsabilité:	29
Section 2 : Organisation sur le plan de la commercialisation et gestion des contrats.....	29
Chapitre III Les critiques et suggestions.....	30
Conclusion.....	31
Bibliographie.....	32
Table des matières.....	33

DEDICACE

Ce travail est dédié à ma feuie mère Founè ARSIKE, à mon feu père Tièmoko DIARRA, à mon épouse, DIARRA Docteur Yaye DIARRA, à mes enfants, à mes parents et tous ceux que la connaissance, les circonstances de la vie, ou le travail ont placé sur mon chemin ; et qui par leur affection ou leurs actions m'ont permis d'avoir conscience de ce que je voudrais être.

REMERCIEMENTS

Le sage Amadou Hampathé Ba disait : «quelle que soit la valeur du présent fait à un homme, il n'y a qu'un mot pour témoigner la reconnaissance inspirée par la liberté et ce mot c'est merci ».

Aussi il me plait-il par ce mot, d'adresser mes salutations et reconnaissances à tous ceux, qui par leurs informations, aides et simples encouragements m'ont aidé à tenir jusque là et à rédiger ce rapport.

Les remerciements vont particulièrement à :

- *La Direction et le corps professoral de l'Institut International des Assurances de Yaoundé (IIA) pour la qualité de l'enseignement que nous avons reçu;*
- *M. TOURE Mamadou Directeur Général de la SONAVIE;*
- *Basile kodjo Wourou, Consultant SONAVIE;*
- *M. DIALLO Mady, à la Division des Assurances de la Direction Nationale du trésor et de la Comptabilité Publique;*
- *M. Bakary DIARRA Diplômé du cycle supérieur de l'IIA, ancien Directeur Département Organisation et Méthode de la CNAR;*
- *M. FOFANA Mahamadou, Secrétaire Général du Comité des compagnies d'Assurances du Mali,*
- *Docteur Diarra Yaye Diarra pour son soutien inconditionnel;*
- *Tout le personnel de la SONAVIE;*
- *Mes frères, sœurs et amis.*

SIGLES ET ABREVIATIONS

AFRICARE : Africaine de la Réassurance

CICA-RE : La Compagnie commune de Réassurance des Etats membres de la CICA

CIMA : Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurances

CNAR SA : Caisse Nouvelle d'Assurance et de Réassurance

CRCA : Commission Régionale de Contrôle des Assurances

DG : Direction Générale

DTV : Direction des chaines de télévision

FANAF : Fédération des Sociétés d'Assurances de Droit National Africaines

IIA : Institut International des Assurances

IARDT : Incendie Accidents Risques Divers et Transports

MUNICH-RE: Munich Reassurance

OIT : Organisation International du Travail

ONG : Organisation Non Gouvernementale

PM : Provisions Mathématiques

PT : Provisions Techniques

SCOR-VIE : Société commerciale de réassurance vie

SONA-VIE : Société Nouvelle d'Assurance vie

SAARI : Logiciel de comptabilité

XS : Excédent de Sinistres

:

:

:



INTRODUCTION

L'assurance vie est d'exploitation récente au Mali comme dans la plus part des pays voisins, la réalisation des opérations d'assurance comporte des engagements dont l'exécution dépend de la durée de la vie humaine. Ces opérations liées à un fonds d'investissement ou faisant appel à l'épargne en vue de la capitalisation n'ont pas eu longtemps les faveurs des investissements.

Les raisons invoquées étaient :

- le faible pouvoir d'achat des prospects,
- la courte espérance de vie des populations,
- les pesanteurs liées à la religion,
- et l'absence de professionnels d'assurance vie.

Au début des années 1980 le souhait des banques de couvrir les crédits octroyés à leur clientèle et la libéralisation de l'économie ont conduit la CNAR SA et ensuite la SOUTRA qui a été liquidée; à créer en leur sein un département d'assurance de personnes. La législation de l'époque permettait à une compagnie I AR DT d'exploiter les branches vie. Des directions autonomes vie ont été créées, pour une meilleure promotion de l'activité vie. A la veille de l'entrée en vigueur du code CIMA, deux compagnies de droit national à savoir la CNAR SA et la LAFIA SA effectuaient des opérations d'assurance sur la vie.

La nouvelle réglementation les obligeait du coup, soit à abandonner définitivement une branche d'activités (difficilement envisageable du fait de nombreux contrats souscrits), soit de créer chacune une nouvelle compagnie d'assurance vie pour la conquête du marché qui du reste est étroit.

Les dirigeants de la CNAR SA, de la LAFIA SA, pour être en conformité avec la législation communautaire optent pour une solution inédite : Créer une seule compagnie afin d'exploiter ensemble les branches vie : Dénommée« SOCIETE NOUVELLE D'ASSURANCE VIE DU MALI » S.A par abréviation « SONAVIE »

PREMIERE PARTIE :
PRESENTATION ET ORGANISATION
FONCTIONNELLE DE LA SONAVIE

Chapitre I

La présentation de la société Nouvelle D'assurance vie (SONAVIE)

Section 1: Le statut juridique

Sise à L'A C I 2000 Immeuble SONAVIE BPE : 2217, TEL : 229 54 00/229 54 01

FAX : 229 51 01 LA SOCIETE NOUVELLE D'ASSURANCE VIE DU MALI S.A la (SONAVIE) est une société Anonyme de droit national malien qui a commencé ses activités le 14 aout 1996 avec un capital de 250 000 000 de Francs CFA. La composition de l'actionnariat est la suivante : trois compagnies de droit national malien :

LA CNAR SA, LA LAFIA SA et la SABU NYUMAN SA .

Elles font appel à quatre sociétés de réassurances dont deux sociétés africaines : AFRICARE et CICARE et deux européennes : MUNICH-RE et SCOR. Elles font également appel à quatre cabinets de courtage et deux opérateurs privés.

Paragraphe 1 : La nature des services

La SONAVIE pratique les opérations d'assurances ci après :

- Temporaire Décès,
- Assurances Mixtes,
- Retraite Complémentaire,
- Groupe Décès Entreprises,
- Groupe décès Emprunteurs,
- Prévoyance Plus,
- et toutes autres opérations d'assurance se rattachant directement ou indirectement à son objet social.

Ces organes de gestion sont : l'assemblée générale, le Conseil d'Administration, la Direction Générale, (voir l'organigramme en annexe1). Elle dispose d'un effectif de 15 personnes de niveaux (Cadres, Maîtrises, agents)

La SONAVIE a un réseau de distribution de quatre Agences et des conseillers sur lesquels repose l'essentiel du travail avec un chiffre d'affaires de : 2.700.000.000 FCFA en 2007.

Section 2 : L'Assemblée Générale

Les décisions des actionnaires sont prises en Assemblée Générale. Les Assemblées Générales Ordinaires sont celles appelées à prendre toutes décisions qui ne modifient pas les statuts.

Les Assemblées Générales extraordinaires sont celles appelées à décider ou autoriser des modifications directes ou indirectes des statuts.

Les Assemblées Générales spéciales réunissent les titulaires d'actions d'une catégorie déterminée pour statuer sur une modification des droits des actions de cette catégorie.

L'Assemblée Générale régulièrement convoquée et constituée représente l'universalité des actionnaires.

Les délibérations des assemblées Générales obligent tous les actionnaires, mêmes absents, dissidents ou incapables.

Section 3 : Le Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration précise les objectifs de la société et l'orientation qu'il doit donner à son Administration.

Il est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir au nom de la société et autorise tout acte et opération relatifs à son objet social, sauf dans la mesure ou la loi ou les présents statuts en délimitent expressément les conditions ou l'étendue. Il nomme parmi ses membres un Directeur Général dans le respect des critères d'éligibilité prévus par le code des Assurances.

Il exerce un contrôle permanent de la gestion des assurés par le Directeur Général.

Il arrête les états financiers de chaque exercice, établit le rapport de gestion sur l'activité de la Société, et le soumet à l'approbation de l'assemblée Générale ordinaire.

Le Conseil d'Administration peut, à tout moment, mettre fin aux fonctions du Directeur Général.

Section 4 : La Direction Générale

Le Directeur Général est responsable de la gestion des affaires sociales. Il est le chef exécutif et gère les affaires de la compagnie il est responsable des agents qu'il nomme et peut les relever de leur fonction. Il représente la compagnie dans ses rapports avec les tiers, et est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toute circonstance dans les limites de ses attributions. Le Directeur Général rend compte de la gestion au Conseil d'Administration.

Chapitre II

La description des tâches des différents services

La SONAVIE assigne différentes tâches aux différents services qui la composent. Ses services sont principalement divisés en deux inspections et trois services dont chacun fait l'objet d'une section.

Section 1 : L'inspection chargée du réseau des commerciaux

Elle s'occupe du recrutement, de la formation, du suivi du réseau des commerciaux et de la gestion des contrats individuels retraite et rente.

Paragraphe 1 : le réseau commercial:

Le recrutement : il a lieu au moins deux fois par an afin d'étoffer le réseau. Le niveau requis est le baccalauréat plus deux années d'étude supérieur ou des candidats ayant une expérience dans la vente. L'avis de recrutement passe dans un journal d'annonce et les candidats sont retenus après interview par l'inspecteur.

La formation : elle a lieu généralement à la SONAVIE sur une durée de cinq jours suivant le programme.

Suivi du réseau des commerciaux : le réseau commercial comprend les Conseillers et les managers.

- **Les conseillers** : ce sont des producteurs rémunérés à la commission, ils dépendent de l'inspecteur qui leur attribue des objectifs à atteindre.
- **Les managers** : ils sont choisis parmi les meilleurs conseillers, les managers animent un groupe de conseillers désignés par l'inspection. Ils sont rémunérés à la commission sur leurs propres affaires et sur les affaires réalisées par les conseillers dont ils sont responsables. Ils dépendent de l'inspecteur qui leur assigne des objectifs. Si au terme d'un exercice ces objectifs ne sont pas atteints, le conseiller est remercié.

Paragraphe 2 : La gestion de la production retraite/rente

Le conseiller prend attache avec le prospect et lui fait remplir la proposition, document qui atteste de l'adhésion du prospect.

La proposition comporte en recto : le code du producteur, le nom et prénom(s) de l'assuré, la date et lieu de naissance, la profession, l'adresse exacte, les garanties, la cotisation, la durée

du contrat, périodicité de paiement de la prime, le mode de paiement et les bénéficiaires. Au verso le questionnaire médical.

En plus de la proposition, le prospect devra remplir l'ordre de virement permanent ou l'ordre de prélèvement à la source selon le mode de paiement de la prime choisie.

L'ordre de virement permanent est un document qui permet à la banque de retenir selon la périodicité choisie, un montant déterminé sur le compte bancaire de l'assuré pour le verser dans les comptes de la SONAVIE. C'est un document qui autorise le service administratif de l'assuré à retenir mensuellement un montant déterminé sur le salaire et le verser à la SONAVIE.

La proposition et la fiche de retenue de la prime dûment signées sont ramenées à la SONAVIE par le Conseiller en plus de la première prime. L'inspection après vérification des différents documents affecte un numéro de police, une fois le numéro de police attribué, l'assuré verse la prime à la caisse contre une quittance.

A la fin du mois les propositions collectées sont transmises au service informatique pour saisie.

Les numéros de polices Rentes sont attribués après affectation de tous les numéros de police retraite du mois. Les contrats édités en double exemplaire par l'informatique sont signés par le Directeur Général et transmis aux assurés par les producteurs pour signature. L'assuré garde une copie et l'autre copie est retournée à l'inspection pour classement.

Paragraphe 3 : La gestion des sinistres : Rachat / Décès et Capitaux échus

- ✓ **Le rachat** : c'est la rupture volontaire du contrat après paiement de 24 mois de cotisations. La demande de rachat est adressée au Directeur Général. Celui-ci l'impute au service informatique qui en est le signataire principal avant l'inspection qui, vérifie l'adéquation des différentes rubriques. Le dossier de rachat doit comporter une demande de l'assuré, plus la copie originale du contrat. Une fois au niveau de l'inspection, le dossier est vérifié puis signé et acheminé chez le Directeur qui le vise pour imputation au service financier pour paiement.

Après paiement, le dossier est renvoyé à l'informatique pour enregistrement et classement

- ✓ **Le Décès** : C'est la disparition de l'assuré avant le terme du contrat.

La demande du paiement d'un dossier décès doit comporter les pièces suivantes :

- la déclaration de décès ;

- l'acte de décès ;
- le Certificat médical de décès rempli par le médecin ayant constaté le décès ;
- le certificat d'hérédité si le bénéficiaire n'est pas désigné.

Le Paiement des Capitaux échus (capital retraite, rentes) : Il est subordonné à la production des pièces suivantes :

- la demande écrite de l'assuré ;
- l'originale du contrat ;
- le certificat de vie de l'assuré.

Le circuit de vérification reste le même que celui du rachat et du décès.

Section 2 : L'inspection chargée des risques d'entreprises

En relation avec les courtiers et les agents généraux, elle fait la prospection des entreprises.

A cet effet, elle fournit la documentation comprenant une tarification sur la base des données collectées auprès des responsables d'entreprises.

Il assure le suivi des opérations de souscription et règlement des sinistres en collaboration avec le chef du service production.

Les contrats sont édités et vérifiés par le chef de service production qui les transmet à l'inspection pour un contrôle. Après le Directeur Général les signe et les contrats sont envoyés au contractant pour signature. Un exemplaire de chaque contrat est renvoyé au service production pour classement.

Paragraphe 1 : service production

Trois principales branches sont exploitées par ce service :

- l'assurance Mixte ;
- Le groupe entreprise : consacré à la prévoyance plus, le groupe entreprise décès, et le groupe retraite ;
- Le groupe crédit et le crédit particulier regroupent tout ce qui a trait au crédit.

Dans des registres de souscription toutes ces combinaisons sont désignées par des polices.

La grande branche et le crédit particulier sont enregistrés sous les rubriques 700 et 709, quant au groupe entreprise les polices sont : 731 pour le groupe entreprise décès, 705 pour la prévoyance plus et 701 pour le groupe retraite. Enfin, le groupe crédit se distingue par les polices 731 et 727.

Paragraphe 2 : la souscription

La proposition est un document sur lequel le prospect fournit le maximum d'informations à l'assureur lui permettant de couvrir le risque.

1) Pour l'assurance comportant le risque décès. Il existe deux sortes de propositions

- La proposition sans examen médical ou bulletin d'adhésion est soumise au prospect si le capital à assurer est inférieur à 20 millions de F CFA.
- La proposition avec examen médical est soumise au prospect si le capital à assurer est supérieur à 20 millions F CFA.

Si le capital à assurer est supérieur à 20 millions de F CFA le proposant est soumis à une visite médicale et le dossier médical est transmis au Réassureur pour accord.

La prime d'assurance est fonction du capital, de l'âge de l'assuré, de la durée du contrat et de l'état de santé si le contrat possède une garantie décès. L'Assureur retrouve toutes ces informations sur la proposition.

Le taux de prime est exprimé en pour mille et il est à lecture directe dans le tarif.

2) Le registre de souscription :

Ce registre contient les polices par ordre numérique, les nom et prénom(s) des assurés la combinaison (le type de police, la durée et l'âge de l'assuré).

Les conditions particulières reprennent toutes les informations contenues dans la proposition en plus du montant de la prime. Les conditions particulières en plus des conditions Générales et intercalaires constituent la police d'assurance.

Le chef de service de production signe les conditions particulières après vérification et soumet le document à la signature du Directeur Général.

La police est établie en deux exemplaires transmis à l'assuré pour signature. Celui ci dispose d'un mois à partir de l'envoi de la police pour signer et s'acquitter de la prime. L'assuré garde une copie du contrat après signature et transmet la seconde à la production pour classement.

Si le contrat couvre un emprunteur la police est établie en trois exemplaires dont une copie pour la banque bénéficiaire.

3) convention d'assurance groupe crédit :

C'est une convention qui lie la SONAVIE aux banques pour la couverture des prêts dits sociaux ou pour un montant allant de (100.000 F CFA à 1.0000.000 F CFA) selon les institutions. La SONAVIE couvre l'emprunteur en cas de décès pendant la durée du prêt si le

décès survient avant l'amortissement total du paiement du prêt, la SONAVIE rembourse à la banque le reliquat dû.

Le bulletin d'adhésion est déposé à la banque au service crédit, deux exemplaires de ce bulletin sont remplis et signés par l'emprunteur et transmis à la SONAVIE pour signature et une copie est transmise à la banque.

Le paiement de la prime est effectué par la banque par le débit du compte SONAVIE. Certaines banques établissent un bordereau mensuel récapitulatif des prêts accordés ainsi que des primes y afférentes. Ce bordereau comporte des rubriques suivantes :

Nom et prénom(s) de l'assuré, le montant du prêt, la durée du prêt, et la prime payée.

4) La gestion de l'après vente :

La production est chargée du recouvrement des primes autres que celles de la retraite, de l'envoi des avis d'échéances aux assurées de l'établissement, des avenants ainsi que les statistiques de production mensuelles.

Les commissions : Le taux de commission varie selon le type de contrat :

Retraite.....	1,8% (durée maximum 15 ans)
Mixte, Prévoyance Plus.....	15%
Groupe Entreprise Décès et Temporaire Décès	15%
Groupe Crédit.....	5%

Paragraphe 3 : Les sinistres

La déclaration de sinistre : la lettre de déclaration de sinistre est adressée à la compagnie et elle doit comporter les informations suivantes : le Numéro de police, les nom et prénom(s) de l'assuré, date de décès.

La lettre est reçue au secrétariat de la SONAVIE qui la soumet au visa du Directeur Général pour le service production sinistre.

Le service sinistre procède à l'enregistrement dans le registre des sinistres qui comporte les informations suivantes : numéro d'année de déclaration, numéro de sinistre, nom et prénom(s) de l'assuré, genre de contrat, capital souscrit date d'effet, date d'échéance, date de survenance du sinistre, date de déclaration, et date de paiement du sinistre.

Le service sinistre travail à partir d'un dossier complet comportant les pièces suivantes :

- ✓ la lettre de déclaration de décès ;
- ✓ la copie originale du contrat ;

- ✓ le certificat médical de décès ;
- ✓ l'acte de décès ;
- ✓ le certificat d'hérédité s'il n'y a pas de bénéficiaire(s) désigné(s)
- ✓ et le tableau d'amortissement du prêt s'il s'agit d'un prêt contrat emprunteur.

Le chef de service vérifie si les pièces fournies correspondent à celles de l'assuré. Si le dossier est considéré bon, il établit la fiche technique et la quittance d'indemnité.

La fiche technique donne toutes les informations sur la police d'assurance et le sinistre à savoir le numéro de police, le numéro de sinistre, le nom et prénom(s) de l'assuré, le montant du capital, le montant de la prime, les dates d'effet et d'échéance de police.

La quittance d'indemnité indique le montant du capital et le bénéficiaire. La fiche technique et la quittance d'indemnité sont transmises au secrétariat pour saisie, après la saisie elles sont retournées au chef de service pour vérification et signature. Le dossier sinistre est ensuite envoyé à l'inspection pour contrôle et signature.

Après ces différentes étapes le dossier est transmis au Directeur Général pour signature. La signature du dossier sinistre par le Directeur Général marque la fin du traitement technique du dossier sinistre qui sera envoyé pour paiement au service administratif et financier. Après le paiement le service administratif et financier garde une copie de la quittance d'indemnité et renvoie le reste du dossier au service sinistre pour classement.

Paragraphe 4 : Le traité de réassurance

La réassurance est l'opération par laquelle un assureur s'assure auprès d'un tiers (le réassureur) pour une partie des risques qu'il a garantie, moyennant le paiement d'une prime.

✚ **Le traité en proportionnel** : C'est la participation du réassureur aux sinistres assumés par l'assureur dans les mêmes proportions que celle des primes qu'il a reçues.

✚ **La réassurance non proportionnelle** : C'est la réassurance qui protège la cédante (SONAVIE) pour tout ou partie du montant du sinistre qui excèdent une rétention spécifiée (priorité).

✚ **La rétention** : C'est la part du risque que l'assureur conserve pour son propre compte. En ce qui concerne la rétention il existe deux types de traités :

- De 1996 au 31/03/1999 la SONAVIE a opté pour un traité quote part à 50% et excédent de plein avec une rétention de 1.000.000 F CFA.
- Les taux de cession sont de 40% pour CICARE, 30% pour AFRICARE, 15% pour SCOR-VIE et 15% pour la MUNICH-RE.

A compter du 01/04/1999 le traité a changé, le traité quote part avec excédent de plein cède la place au traité excédent de sinistre par tête (XS) avec une priorité de 5.000.000 F CFA et une portée de 45.000.000 F CFA soit un plein de souscription de 50.000.000 F CFA sont proposés à la CICA-RE apériteur du traité en facultative.

La prime minimum de dépôt est de 39.000.000 F CFA pour un taux de 9,1% à 13,5%. Pour ce traité, les taux de cession pour les principaux réassureurs sont définis comme suit :

CICARE 45%, AFRICARE 30%, SCOR-VIE 15% et MUNICH-RE 10%.

Tous ces traités sont complétés par un traité excédent de sinistre catastrophe de 1.500.000 F CFA de prime minimum de dépôt.

Section 3 : Le service informatique

Le chef de service est le gestionnaire du réseau informatique.

Le service procède en ce qui concerne la retraite à :

- la saisie des propositions d'assurance et des quittances de primes ;
- l'établissement des polices, des dossiers de rachats, et des avenants ;
- la tenue des registres de souscription, de rachat, et de sinistres ;
- l'édition mensuelle des statistiques de production, de sinistres et des provisions mathématiques. Il édite également l'état mensuel des impayées et des commissions.

Le service informatique travaille en étroite collaboration avec le service inspection chargé du réseau commercial. En ce qui concerne le traitement des autres produits d'assurance, le service informatique en rapport avec le chef de service production supervise le travail des opérations de saisie. Les travaux de clôture mensuelle sont effectués par le chef de service informatique et les états énumérés ci-dessus sont édités pour chacune des branches exploitées.

a) La Sauvegarde des données

Pour assurer la sécurisation des données informatiques la procédure de sauvegarde des données ci-dessous doit être respectée :

À la fin de chaque semaine, effectuer une sauvegarde des données sur un support externe (elle ne doit pas s'effectuer sur le disque de l'ordinateur qui contient les données source) ;

À la fin de chaque mois, effectuer une sauvegarde de toutes les données

À la fin de l'année, effectuer une sauvegarde des données

b) La Copie des données

Toute copie de donnée doit être au préalable autorisée expressément par le Directeur de la SONAVIE. Des mots de passe doivent être mis en place pour empêcher toute copie de données à partir du réseau local. Seules les consultations seront possibles et cela à travers un mot de passe.

c) La Gestion des mots de passe

Tous les ordinateurs de la SONAVIE ont un mot de passe d'accès, particulièrement les ordinateurs affectés à la gestion des produits d'assurance.

d) La boîte de courrier électronique

Tous les courriers électroniques sortant et entrant de la SONAVIE passent par cette boîte.

L'accès à la boîte est contrôlé et suivi régulièrement. Le mot de passe permet d'accéder à la boîte de courrier électronique de la SONAVIE, connu par le chef du service informatique. Une copie de ce mot de passe est remise au Directeur. Elle change au moins une fois par trimestre et la confidentialité des messages est observée.

Le chef du service informatique veille à la gestion (espace disque, paiement des factures d'abonnement par le service comptable, problèmes techniques...etc.)

Section 4 : Le Service Administratif et Financier

Elle s'occupe de la gestion financière et comptable de la compagnie. Son rôle consiste à élaborer les états financiers suivants :

- Le bilan : (compte 89)
- Le compte d'Exploitation Générale,(C E G compte 80)
- Le compte de Pertes et Profits ;(C P & P compte 87)
- Le Résultat en Instance d'Affectation.(R I A compte 88)

Paragraphe 1 : Le service comptabilité

Il est dirigé par un chef de service responsable de la tenue correcte des journaux auxiliaires, du grand livre, de la balance, du siège et des agences.

La comptabilité reçoit quotidiennement du siège les brouillards de caisse avec les quittances de primes et ceux des agences régionales à la fin de chaque mois.

➤ Les opérations courantes du service comptabilité

Elles sont le traitement des courriers dont le détail est le suivant :

- la vérification arithmétique du total des recettes, dépenses, et le report de solde ;
- le pointage du montant de la quittance de prime avec brouillard de caisse ;
- le contrôle des ordres de dépenses avec leurs justifications ;
- l'établissement des fiches de recette et suivi du compte client.

➤ **L'imputation et la saisie des documents comptables**

Elle concerne :

- Le règlement des sinistres, des frais généraux et le rapprochement bancaire ;
- l'enregistrement des quittances comptant et des fiches de recouvrements permettent

de dégager: le montant des primes nettes et coûts, le montant des encaissements de l'exercice, le montant des recouvrements sur arriérés de primes.

La comptabilité compare les montants enregistrés à ceux obtenus par les services production, sinistre et Informatique. Elle relève les écarts et procède aux redressements nécessaires.

Depuis un certain temps, la comptabilité utilise le logiciel SAARI qui permet de produire des journaux divisionnaires de banques et de caisses, pour établir enfin une balance Générale.

La comptabilité surveille, coordonne les opérations comptables et communique aux différents services de l'entreprise les informations demandées.

Section 5 : Le service du personnel

Il est chargé de l'application de la politique de gestion du personnel (plan de recrutement, de formation, règles de promotion interne, de rémunération) :

Il a comme tâches :

- la tenue des dossiers et registres relatifs au personnel et le suivi des relations de la société avec l'Institut National de prévoyance Sociale (INPS) et l'inspection du travail ;
- l'élaboration des états de salaires ;
- et la déclaration fiscale.

Paragraphe 1 : Le contrôle de gestion

Le service chargé du contrôle de gestion a pour mission :

- le contrôle quotidien de la caisse ;
- le pointage de la production et le n° de polices
- le contrôle des dossiers sinistres avant paiement ;
- le contrôle des états de salaire ;

- le contrôle des états de commission ;
- l'inspection des agences ;
- l'élaboration et le suivi du budget et des états statistiques.

**DEUXIEME PARTIE :
PROBLEMATIQUE DE LA COMMERCIALISATION
DES PRODUITS VIE AU MALI**

Chapitre I

La problématique de la commercialisation des produits d'assurance-vie **au Mali**

Section 1 : La problématique

L'inversion du cycle de production des opérations commerciales en assurance vie qui consiste à collecter dans un premier temps le prix de la couverture et régler plus tard la prestation en cas de réalisation de l'événement assuré fait peser sur les épaules de l'assureur vie, de lourdes responsabilités de gestion efficiente et de prévision exacte.

En effet, vendre les produits d'assurance vie revient à un simple engagement de confiance et de respect des clauses du contrat au moment où l'événement assuré sera réalisé.

Le rapport de confiance entre les assureurs vie et les assurés est de plus en plus difficile à cause des retards pris souvent par certaines compagnies (IARDT) dans le règlement des prestations convenues. On peut aussi relever le déficit de communications sur les conditions de règlement des prestations en dehors des informations contenues dans les conditions générales des contrats que les assurés ne lisent souvent pas. L'assureur ou ses représentants ont l'obligation d'informer les prospects et les assurés sur les conditions d'adhésion au contrat et les mesures d'urgence à observer par l'assuré en cas de réalisation du risque afin d'éviter toute incompréhension durant la vie de la police.

La relation commerciale basée sur la confiance et le respect des engagements qui caractérisent la relation entre assureurs vie et les assurés, oblige donc les assureurs à plus de professionnalisme dans la fixation des engagements de l'assuré qui est la contre partie de la couverture accordée.

Pour être plus performant, la gestion de l'assurance vie doit respecter à notre avis deux principes simples que sont celui de l'équilibre et celui de l'équité.

- **L'équilibre** : il est d'ordre macroéconomique, en ce sens qu'il s'applique au niveau de la collectivité des assurés. L'assureur doit veiller à ce que ses recettes équilibrent globalement ses dépenses. Ce principe signifie que l'assureur vie ne serait pas en mesure de payer les prestations et gérer les contrats des assurés qui n'auraient pas été financés par les primes demandées à l'assuré.

Le principe de l'équité : quant à lui s'applique au niveau de l'individu, l'assureur vie doit dans la mesure du possible, structurer son tarif afin que chaque assuré paie le juste prix, c'est-à-dire le prix correspondant au risque qu'il apporte à la mutualité.

Le paiement dans les délais requis des prestations par l'assureur vie dépend du respect de ces principes. Ces deux principes sont la base d'une bonne tarification. Les assureurs vie doivent procéder à une étude du marché et à la mise en place d'une organisation marketing adaptée et appropriée par le produit. Enfin les assureurs vie doivent mettre l'accent sur l'analyse de la rentabilité des produits commercialisés. .

Certaines personnes estiment que la population malienne a des liens traditionnels de solidarité et d'entraide au sein des communautés et des familles, et que cet état de fait mettait à mal l'introduction des notions d'assurances vie dans ces communautés.

La notion même de la mort serait absurde ; car l'idée de prévoir dans un avenir futur que l'individu serait amené à décéder et encore plus grave celle de pouvoir identifier un individu de son vivant, comme bénéficiaire venait à être au courant qu'il bénéficierait d'une certaine somme d'argent à lui versé par la compagnie d'assurance, ceci précipiterait leur mort quelle que soit la cause.

Aujourd'hui au Mali, il subsiste toujours, dans les communautés villageoises cette forme primaire de solidarité face aux difficultés de la vie quotidienne.

Venir en aide à son frère, et son prochain, sont des notions essentielles de l'éthique humaine, transmises de génération en génération.

Mais cette forme de solidarité face au danger de trame à une organisation spécifique, qui évoluera à travers l'humanité, pour aboutir à l'assurance sous la forme actuelle.

Cette phase historique initiale, que nous pouvons appeler « l'âge de pierre de l'assurance vie » ou la « pré assurance », eut lieu en Afrique.

En effet, sur la foi d'un papyrus découvert par des archéologues en Egypte, nous savons aujourd'hui que c'est dans la région de la Basse-Terre, dans l'antiquité, vers l'an 500 avant Jésus-Christ, qu'apparaît la première forme d'organisation faisant appel aux techniques de l'assurance-vie.

A cette époque, les tailleurs de pierres employés dans la construction des pyramides, des temples, des palais et autres ouvrages d'art étaient victimes de fréquents accidents.

Ils avaient créé une caisse d'entraide, dans laquelle chaque tailleur de pierre versait une cotisation, et des sommes d'argent y étaient prélevées pour venir en aide aux familles endeuillées du fait des accidents survenus lors des travaux évoqués.

Après l'effondrement de l'Egypte, les centres de civilisation se déplacèrent vers le bassin méditerranéen, en Grèce et à Rome.

Au 7^e siècle avant Jésus- christ, des caisses d'entraide fonctionnant selon le schéma égyptien y furent instaurées. Elles regroupaient des membres des sociétés politiques et littéraires de même tendance, des artisans d'une même corporation, etc. Les cotisations effectuées dans les caisses servaient à indemniser les familles des adhérents décédés.

Section 2 : L'étude récente de l'OIT au Mali et dans d'autres pays :

Afin de déceler les principales craintes des populations à faibles revenus l'étude a révélée que ces populations craignent avant tout les pertes financières dues aux causes suivantes :

- le décès d'un membre de leur famille ;
- la maladie et la blessure ;
- les catastrophes naturelles ;
- les vols ou dommages matériels.

D'autres éléments aussi importants les uns que les autres contribuent indéniablement à cette problématique, notamment : la faiblesse des revenus des ménages ; la situation financière des régimes de sécurité sociale en Afrique francophone ; les relations assurés –assureurs ; la faiblesse du marché financier.

Paragraphe 1 : faiblesse du niveau des revenus des ménages

Il est à noter que la faiblesse des revenus de nos populations joue un rôle important dans la problématique que nous analysons en ce moment. Les salaires payés à la majorité sont si modestes, que la priorité des salariés est de satisfaire les besoins primaires de leurs familles proches et lointaines ; cette faiblesse du pouvoir ne donne pas assez de marge pour encourager les ménages à l'épargne. Dans ce contexte l'assurance apparaît comme un produit de luxe qui ne peut être à la portée d'un grand nombre.

Paragraphe 2 : les régimes de sécurité sociale au Mali

Ce régime fonctionne sur la répartition c'est-à-dire ceux qui sont en activité actuellement payent pour les vieux (ceux qui sont à la retraite). Ce modèle a montré ses limites, parce que la quasi-totalité des institutions de sécurité sociale ont failli à leurs missions pour des raisons suivantes :

- La mauvaise gestion des cotisations par ses organismes,
- Le rallongement de la durée de vie,
- La faiblesse des nouvelles adhésions,
- les crises économiques successives qui ont engendrées des licenciements et donc

l'augmentation du taux de chômage ;

le chômage des jeunes qui ne trouvent pas d'emploi.

Paragraphe 3: les relations Assureurs- Assurés

Le rapport de confiance entre assureurs vie et assurés est de plus en plus difficile, à cause des retards pris souvent par les compagnies non vie dans les règlements de sinistre (automobile) connu par la population Malienne.

La relation commerciale basée sur la confiance et le respect des engagements qui caractérisent la relation entre assureurs vie et assurés oblige les premiers à plus de sérieux dans la fixation des engagements de l'assuré qui est la contre partie de la couverture accordée.

Section 3 : La stratégie marketing des produits d'assurance-vie :

✦ Comment faire pour mieux distribuer les produits d'assurance-vie au Mali ?

La stratégie marketing pour la commercialisation des produits est basée sur l'adage qui dit que « ces produits ne s'achètent pas mais se vendent » ; il faut être présent là où l'on peut l'acheter ou encore là où l'on consomme. Cette stratégie consiste donc à tisser un réseau progressif autour des consommateurs et leur proposer des produits en accordéon et élastique.

Depuis quelques années, des réseaux non traditionnels ont émergé sous forme de groupes d'affinité comme les travailleurs d'une même entreprise. Exemple les concessionnaires de voiture à travers le marché de l'assurance vie. Nous pouvons aussi citer des clubs regroupant des personnes possédant des cartes de crédits d'un certain nombre de réseaux de distribution et des magasins.

Ce partenariat entre assureurs et structures de distributions des produits vie est très flexible et permet à certains distributeurs à travers leurs services financiers de leur proposer certains produits vie et les faire gérer par les assureurs. C'est un partenariat gagnant-gagnant dans la mesure où ces derniers ont la maîtrise de leur groupe et connaissent mieux leurs problèmes. Des accords seront trouvés dans le cadre du partenariat pour ce qui concerne le partage des frais, des cotisations et règlement des sinistres.

Paragraphe 1 : les intermédiaires d'assurance

L'exercice de la profession des intermédiaires d'assurance vie, exige un niveau d'étude et de qualification. Les conditions financières et le respect d'un code d'éthique de la profession sont assez frappants. Des sanctions allant jusqu'au retrait de l'agrément d'exploitation à vie sont des mesures qui sont de nature à faire une sélection stricte des prétendants à cette fonction.

Paragraphe 2 : Les agents généraux :

Selon les statistiques, plus de la moitié des affaires individuelles et la majorité des affaires de groupes sont souscrites par les intermédiaires (agents commerciaux, et agents généraux) au Mali.

Ils constituent la force de vente de l'assurance vie au Mali. Depuis un certain temps le réseau ne répondait plus aux attentes de la SONAVIE.

Paragraphe 3 : les courtiers

Des commerçants ! Ils sèment à tout vent, là où la commission et les conditions de travail sont les plus intéressantes. Pour le moment ils ne jouent pas un grand rôle dans le développement de l'assurance vie au Mali, les raisons évoquées sont : un travail fastidieux et un commissionnement faible. Pourtant dans les pays voisins le réseau traditionnel des courtiers reste très actif et beaucoup travaillent avec les autres intermédiaires comme les banques. Face à cette situation il faut trouver une stratégie marketing pour la commercialisation des produits vie.

Section 4 : les canaux de distribution :

La commercialisation des produits de l'assurance vie doit intégrer le principe qui dit que : l'assurance vie ne s'achète pas mais qu'elle se vend. En effet la liste limitée, que nous espérons non exhaustive, des intermédiaires d'assurance contenue dans le livre IV du code CIMA peut constituer un des freins au développement de la distribution des produits vie au Mali.

Elle doit à notre avis être complétée pour intégrer de nouveaux canaux de distribution, qui tiennent compte des réalités socio- économique de nos populations et de l'environnement concurrentiel dans lequel s'exerce l'activité de l'assureur vie aujourd'hui.

L'assureur vie doit de plus en plus être inventif et à l'écoute de l'évolution de la société et devra se rapprocher de plus en plus des clients potentiels.

Ainsi, d'autres canaux de distribution doivent être ajoutés à la liste actuelle pour aider les assureurs vie dans leur stratégie commerciale.

Nous énumérerons ici quelques canaux de distributions utilisés par le marché Sud Africain des assurances vie qui leur a permis de réaliser des taux de pénétrations de marché exceptionnels depuis quelques années. Il faut rappeler ici que l'industrie de l'assurance vie en Afrique ne représente que 1% du chiffre d'affaire sur le plan mondiale et l'Afrique du sud à elle seule contribue à plus de 80% du 1%.

Paragraphe 1 : le réseau bancaire et les institutions financières

Le réseau bancaire est l'un des plus denses, stables et sécurisés pour les acteurs du marché vie. La vente directe sur les comptes bancaires des clients des produits d'assurances est la plus répandue. Certains des produits vendus sont obligatoires et d'autres sont facultatifs, ainsi, la maîtrise des produits et garanties spécifiques qu'offrent les banquiers est un atout essentiel pour une meilleure pénétration de l'idée de couverture chez les populations demandeur de services bancaires.

✓ La formation du personnel des banques pour la commercialisation des produits

d'assurance, la simplification des formulaires de souscription ainsi que la structure simplifiée des couts de ces produits sont des atouts essentiels du développement de ce marché. Mais ce partenariat banque assurance n'est pas facile car selon un récent sondage, les compagnies d'assurances vie restent peu satisfaites des résultats, dénoncent les frais de commissions élevés des banques et déplorent le non impact de l'effet de la concurrence entre les banquiers sur les coûts.

La pression politique sur les acteurs financiers, banquiers et assurances pour le maintien de ce type de collaboration est aussi forte.

Depuis un certain nombre d'années, les banques se sont intéressées au secteur des assurances en prenant des participations dans les compagnies d'assurances et de courtages. Toutes les banques ont des intérêts dans les compagnies d'assurance. La plus part des banques vendent les produits simples et faciles à comprendre à leur guichets et réservent à leurs courtiers le soin de s'occuper de la vente des produits plus complexes.

✓ **Le réseau des magasins et supermarchés** : il est l'une des innovations les plus importantes dans la stratégie de développement de la vente des produits vie et qui reste le partenariat avec les réseaux de magasins et de supermarchés.

✓ **Le réseau des groupes constitués** : des groupes constitués comme les membres des Clubs, des détenteurs des cartes de crédit de certains magasins sont utilisés pour vendre de produits appropriés aux membres du réseau. L'utilisation des données des opérateurs de téléphonie mobile pour les assurances comme les frais funéraires et autres produits de masse sont des atouts essentiels dans la vulgarisation et la vente des produits vie.

✓ Le réseau des églises et des temples

Les Eglises, lieux sacrés et de partage par excellence constituent un réseau de distribution de produits dont le fondement et la conception sont basés sur la solidarité et la mutualisation des risques. La lutte contre la pauvreté et le bien être des fidèles exigent des premiers

responsables des églises, la recherche de la solution pas toujours interne dans le sens où les fidèles doivent toujours mettre la main dans la poche pour régler les problèmes d'autres fidèles. Ainsi, des églises ont imaginés des produits couvrant les besoins premières de leurs fidèles à savoir : le financement de projet, la perte de revenu suite à une maladie prolongée, les soins médicaux etc. Ces produits sont gérés par les compagnies d'assurance partenaires.

Paragraphe 2 : Les campagnes de souscription de masse

Il est très fréquent de croiser dans les différents centres commerciaux de la ville de Johannesburg ; des personnes qui vous proposent pour des cotisations vraiment minimales des couvertures de masse comme les frais funéraires et d'hospitalisation. Le concept de marketing agressif et d'harcèlement doux et régulier ; est l'une des stratégies utilisées par les organisateurs de ces campagnes de souscription des produits de masse. Vous recevez votre programme DTV ou canal avec des propositions de couverture d'assurance. Vous faites vos courses dans un magasin et à la caisse on vous donne avec votre reçu des dépliants de propositions d'assurance vie ; vous êtes harcelés, mais gentiment dans les allées des grands magasins et les rues autour des centres par des jeunes filles bien présentées.

Globalement, le concept de marketing agressif et le marketing relationnel sont des stratégies qu'utilisent les assureurs vie de certains marchés comme l'Afrique du Sud. Là-bas on vous propose les produits vie partout où vous allez et même sur les supports comme le ticket de caisse lors de vos achats, les tickets de concert, les programmes télé des chaînes cryptées etc. Il faut aller donc chercher les clients potentiels chez eux et aux endroits qu'ils fréquentent, le plus pour les sensibiliser et leur vendre des produits vie.

➤ L'importance de la base de données

La notion de base de données des clients devient de plus en plus l'outil essentiel de travail des responsables commerciaux, des compagnies d'assurance vie où l'on peut acquérir des informations importantes sur les clients. Le développement de partenariat avec des sociétés de téléphonie, les banques, les ONG, les corporations socioculturelles et autres. Il permet aux responsables commerciaux d'élaborer des bases de données pour la conduite de ses études de marché et pour la commercialisation de ses produits.

On ne doit pas concevoir les produits avant de chercher les acheteurs. Un produit d'assurance doit être potentiellement commandé avant la conception. Les besoins doivent être clairement identifiés, connus et même quantifiés pour l'étude de rentabilité du produit.

Section 5 : La politique de produits adaptés :

+ Quel produit pour quelle cible ?

Il serait hasardeux de commencer à vendre un produit d'assurance vie avant d'évaluer le profit que l'on peut tirer pour soi ; et savoir à qui il pourra être vendu et connaître à l'avance l'acheteur.

Le problème majeur d'une gestion efficiente des produits d'assurance vie vendus au Mali vient du fait qu'au départ les produits ne font pas l'objet d'une analyse appropriée. En effet, la note technique, les conditions Générales, la note d'information et les tarifs sont insuffisants pour une bonne compréhension du potentiel d'un produit vie.

Les notions importantes du design (comité de pilotage) d'un produit d'assurance vie comme la rentabilité des produits, la tarification des charges de gestion à inclure dans les tarifs et leur évaluation continue ne sont pas pris en compte dans le processus d'agrément. Il n'est pas étonnant que les produits vie commercialisés sur le marché Malien ne subissent aucune amélioration ni évolution. Ainsi nous avons constaté que dans le portefeuille de la compagnie des produits vieux de plus de 10 ans qui n'ont jamais été évalués et qui n'ont subi aucun aménagement pour les garanties, et surtout vérifier si les chargements de dépôts permettent de couvrir les coûts réels imputables aux différents produits.

Les produits d'assurance vie doivent respecter le principe simple de cycle de vie d'un produit. En effet, la conception d'un produit vie doit faire l'objet d'une étude de marché appropriée qui évaluerait le besoin, la cible et les prévisions de taux de pénétration du marché. Cette étude doit être complétée par une évaluation des coûts des niveaux de prestations à offrir, des aspects relatifs aux règlements des sinistres, aux placements des actifs du produit et le budget de lancement.

Ainsi, comme dans les pays Anglo-saxons, le design et le lancement d'un produit d'assurance vie doivent être confiés à un comité dit de « **design** » composé du responsable commercial, du financier, du responsable marketing, du responsable des prestations et du responsable technique et actuariel. C'est donc un vrai travail de laboratoire qui doit précéder la mise sur le marché de tout produit d'assurance vie.

Après le lancement du produit, le design doit, continuer son travail de surveillance et d'évaluation périodique des hypothèses de design et lancement du produit pour les confirmer ou les améliorer.

Un produit d'assurance vie exige donc au cours de son existence de nombreuses évaluations. Ainsi les portefeuilles d'assurance vie doivent faire l'objet d'évaluation périodique avec le calcul de leur valeur intrinsèque.

La valeur intrinsèque d'un portefeuille, est un indicateur important qui permet d'évaluer la rentabilité du portefeuille des affaires nouvelles en cours d'une compagnie d'assurance vie à la date de l'évaluation. C'est la valeur actuelle à un taux équivalent au taux sans risque du marché financier, des mouvements financiers entre les actionnaires et la société sur une période donnée. Cet indicateur ne prend en compte seulement que les affaires nouvelles souscrites dans l'année de l'évaluation et les affaires des exercices antérieurs.

La valeur intrinsèque d'un portefeuille seul n'est pas très significative en matière de gestion. Il faut calculer sa variation entre deux années. Ceci représente le vrai indicateur de performance. Cette valeur se calcule en comparant les valeurs de début et de fin d'année.

La valeur de fin d'année est ajustée pour tenir compte des mouvements financiers entre les actionnaires et la société.

La variation de la valeur intrinsèque mesure donc la performance de l'ensemble de l'activité d'assurance vie et représente le taux d'accroissements de la valeur générée par l'activité.

La valeur totale est égale à la valeur intrinsèque du portefeuille plus les actifs libres et dans certains cas du coût du capital. Cet indicateur est calculé une fois l'an après arrêt des comptes. Il est calculé à niveau globale et n'est pas décliné par un produit.

La liste de quelques produits qui répondent aux besoins des clients potentiels

- Salaire de remplacement en cas de maladie grave et invalidité totale et permanente ;
- budget d'hospitalisation et soins avec possibilité d'associer un compte épargne et d'investissement ;
- couverture et paiement de factures, abonnement et autres en cas de décès et ou d'invalidité totale et permanente ;
- Perte d'emploi avec les sociétés de crédits divers et ventes de biens de consommation,
- Salaire de remplacement en cas de licenciement économique et autres
- décès, invalidité totale et permanente plus bonus équivalent au capital souscrit en cas de tirage au sort ; etc.

Section 6 : la politique de fixation du prix juste :

+ Quel est le prix juste et pour quelle cible ?

Le design (comité de pilotage) de tous produits comporte deux parties :

la première partie traite toujours des techniques de design des produits d'assurance pour permettre à l'assureur de demander le paiement du juste prix du risque qu'il couvre tout en surveillant le niveau de rentabilité des produits pour lui et pour l'assuré .

La deuxième partie traite des techniques de retour sur investissement pour l'assureur par le biais de ratios techniques, d'évaluation du profit comme le taux de rendement interne, de la valeur intrinsèque et le calcul de la valeur totale.

Paragraphe 1 : les lois qui gouvernent la fixation du prix du juste

La loi des grands nombres :

Le métier de l'assureur est d'assurer les risques. Mais l'exercice de ce métier implique certaines exigences : l'assureur se doit avant tout d'être solvable et réduire au minimum les marges de manœuvre du hasard. Pour y arriver, il dispose d'une alliée précieuse et quasi infaillible : **la fameuse loi des grands nombres**. La sécurité des opérations d'assurances est d'autant plus grande qu'elle porte sur un grand nombre d'assurés.

La loi dite de sélection

Il ne s'agit pas d'assurer indistinctement tous les risques dans le but de grossir la mutualité des assurés. L'assureur doit pratiquer une sélection des risques. Faute de quoi, il s'exposerait à de graves déboires.

- **La loi dite de division de risque**

L'assureur doit réaliser dans chaque branche d'assurance une division du risque (morcellement de la somme assurée) ou une dispersion des risques dans l'espace (ne pas retenir exclusivement les risques d'une même région et même nature) La division du risque peut se faire par les opérations de coassurance et de réassurance.

- **La loi d'entrée en invalidité**

Elle correspond à une table élaborée à partir des observations du début d'entrée en invalidité dans la population en Général et des assurés en particulier.

Paragraphe 2 : La modélisation des frais des chargements

Les compagnies d'assurance attachent une grande importance au suivi et à la maîtrise des frais de gestion compte tenu de leur incidence sur les résultats. Fixer le niveau des chargements à partir d'une étude de rentabilité comportent plusieurs paramètres qui eux-mêmes reposent sur un grand nombre d'hypothèses s'avère délicat. L'analyse et le suivi des frais de gestion revêtent une importance particulière pour les sociétés d'assurance vie. Elles doivent en effet être en mesure de satisfaire aux obligations d'information et aux besoins de gestion interne.

❖ Au titre des obligations d'information elles doivent être en mesure de ventiler les frais de gestion selon différents critères qui sont : le type d'activité, la nature des frais, la destination ; etc.

❖ Pour les besoins de gestion interne elles doivent être en mesure de maîtriser l'évolution de ces différents frais. L'objectif est de mettre en évidence les principaux éléments internes de compétitivité sur lesquels peut s'appuyer la société d'assurance vie.

Le respect du principe technique d'égalité fondamentale en assurance vie qui consiste à établir à la souscription une égalité entre l'engagement de l'assureur et celui de l'assuré pour en déduire la prime à payer par l'assuré. La tarification est primordiale ; la tarification d'un contrat comporte deux volets qui sont : la tarification du risque et la tarification des frais de gestion. L'égalité fondamentale doit en outre être respectée tout au long du contrat : ce qui oblige l'assureur à constituer des provisions techniques.

Un autre élément qui devra retenir notre attention lors de la tarification des charges sera l'inflation. Les frais de gestion que peut demander un assureur vie pour mieux couvrir les dépenses de gestion et d'administration doivent respecter une procédure d'évaluation assez stricte.

Le niveau des frais de gestion doit aussi être évalué tous les ans pour s'assurer de leur adéquation aux dépenses réelles. En effet, le facteur inflation et évolution des facteurs macro et micro-économiques doivent être pris en compte périodiquement dans les évaluations de cet engagement des assurés.

Les frais de gestion et d'Administration des contrats sont un facteur essentiel dans le calcul de la rentabilité des produits d'assurance vie et dans l'évaluation de leur portefeuille. Les compagnies d'assurances vie peuvent donc faire l'économie de ce travail et d'évaluation continue du facteur frais de gestion.

L'imputation des frais aux produits commercialisés, est une opération aussi délicate compte tenu du poids respectif de chacun des produits dans le portefeuille. Il existe aujourd'hui des frais de gestion contenus dans les contrats vendus.

Chapitre II

Organisation et stratégie de distribution

Section 1 : L'organisation sur le plan de la responsabilité:

Les responsabilités des parties, le canal de distribution fait uniquement de la distribution de produit à travers son réseau et à sa clientèle avec plusieurs niveaux de responsabilité dont les plus importants sont les suivants : l'édition des documents, l'encaissement et la gestion des fonds, le règlement des prestations. Le type de contrat qui lie le gestionnaire du risque qui est l'assureur et le distributeur des produits qui est le canal de distribution (Banque, magasin etc.) dépend du processus de souscription de gestion et de règlement rapide des prestations. Si le règlement d'un sinistre devrait se faire dans les 48 voir 24 heures dès sa survenance avec une consolidation des preuves, il serait souhaitable que le canal gère une partie des fonds.

Dans la plus part des cas et surtout dans le réseau bancaire, soit l'assurance possède sa banque ou que la banque possède sa compagnie d'assurance. Pour les autres canaux la plus part ont des participations croisées sur le plan de l'actionnariat.

La responsabilité bien que fixée légalement tient compte des paramètres de la faisabilité, de la gestion efficiente et de la rapidité des services clients.

Section 2 : Organisation sur le plan de la commercialisation et gestion des contrats :

La plus part du temps, les produits proposés à travers ces canaux sont facultatifs sauf certains produits de la banque assurance qui sont associés aux prestations bancaire. La formation, la flexibilité et la simplification des outils de commercialisation et de gestion à mettre à la disposition des canaux et de leur réseau est d'une importance capitale. La formation du personnel des réseaux de commercialisation des produits d'assurance vie ; la structure simplifiée des coûts de ces produits et surtout l'implication des responsables du réseau de distribution dans la gestion des prestations sont des atouts essentiels du développement de ce marché.

Chapitre III

Les critiques et suggestions

Nous avons relevé au cours de notre stage que le volet relation publique n'est pas bien pris en compte par la société. Il nous a semblé que la structure n'a pas une politique de Communication adéquate vis-à-vis du personnel et vis-à-vis du public.

L'objectif des relations Publique est d'utiliser les méthodes et techniques de communication disponibles :

- Pour créer un nouveau climat de travail à l'intérieur de la société (mettre en confiance les travailleurs la fiabilité de leur Entreprise) ;
- Pour donner une image très positive à la SONAVIE auprès de la clientèle, afin de faciliter sa pénétration commerciale et promouvoir son développement.

Les outils utilisés par le responsable commercial à cet effet sont :

L'information et la sensibilisation sur les points forts de la société (l'appartenance à un groupe, ou nombre des actionnaires, taux de croissance, taux de rentabilité, des affaires, etc.)

Aussi sur les perspectives de carrière des employés et le développement de la société, l'interaction entre ses perspectives et la qualité du travail de chacun.

✓ Vis-à vis du personnel

La mise en place d'un moyen de communication interne pour informer les employés sur la vie de la société.

✓ Vis-à-vis du public

La mise en place d'une politique de communication a pour but de rendre l'image de la SONAVIE positive auprès des décideurs des souscripteurs de contrats.

L'objet est que le nom de la SONAVIE évoque d'emblée auprès du public les images suivantes :

- ✚ Une société sûre ; fiable, crédible ayant une solidité financière.
- ✚ Une société liquide par rapidité de règlement des prestations
- ✚ Une société rentable : envoie des comptes où apparaissent des participations bénéficiaires.

Les outils de cette politique sont nombreux et variés :

La publicité de marque par les mass-médias (TV Radio journaux) Sponsoring des manifestations actions sportives et culturelles organisation de journée portes ouvertes.)

Conclusion

Ce stage nous a permis d'appliquer dans les conditions réelles de connaissance et de méthodes qui ont fait l'objet d'enseignement ; et nous familiariser avec les techniques de ventes et de gestions commerciales de l'entreprise.

Le développement des compagnies d'assurance vie depuis une dizaine d'années dans nos pays ne s'accompagne pas avec les règles strictes de gestion, de contrôle et d'évaluation correcte de cette branche d'activité.

Le professionnalisme du métier de l'assureur vie et la viabilité des compagnies vie dans nos pays nécessitent que l'on prenne des mesures urgentes et pragmatiques.

Le design (comité de pilotage) correct des produits commercialisés qui est basé sur les informations tirées des études de marchés réalisées, le calcul de la rentabilité des produits , l'évaluation du portefeuille et la prise en compte de l'inflation dans la tarification des charges de gestion, ne sauraient être facultatifs et doivent faire l'objet de contrôle strict par les autorités de régulation.

La transparence, le respect des engagements contractuels, la gestion efficiente des frais de gestion, les évaluations continues et la recherche de l'excellence dans la pratique des opérations d'assurance vie sont les seuls moyens capables de faire de l'assurance vie un « produit qui s'achète plus qu'il ne se vend »

Vendre en ayant déjà les clients et surtout proposer des produits adaptés et qui répondent à des besoins réels quantifiables, maitrisables, et rentables doivent être le but et l'objectif ultime de toute opération d'assurance vie et de son service marketing et commercial.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrage Général :

Christian Parmentier « Le marketing performant de l'assurance » ; Paris ; L'ARGUS, Edition-2005

Les règles communes aux intermédiaires d'assurance

« Code des Assurances des Etats membre de la CIMA » : FANAF, 40ème Edition
Dakar, 2007.

- Article 524 portant sur la garantie financière
- Injonctions, sanctions disciplinaires

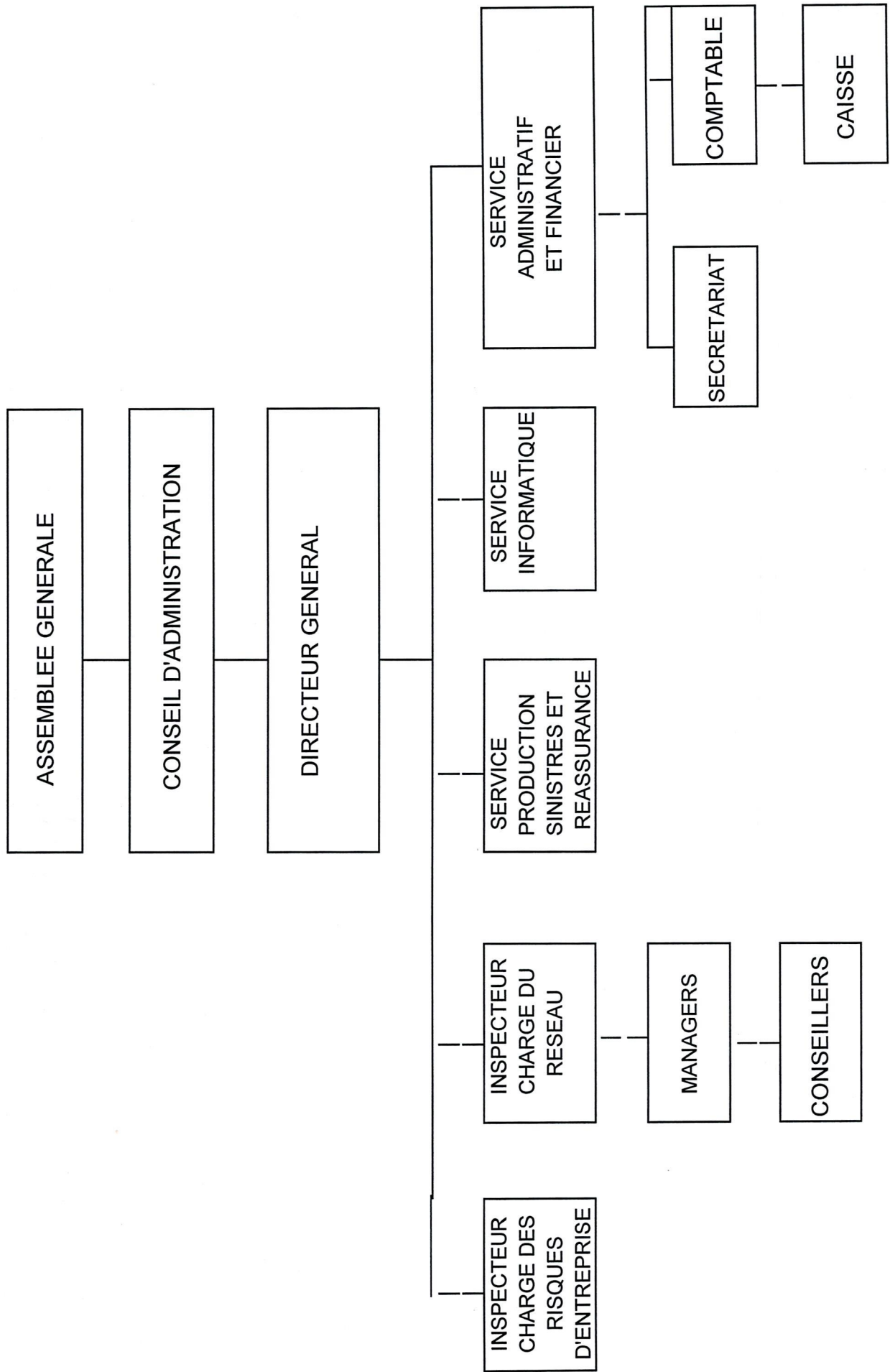
Mémoires : M. Bakary Diarra « comment dynamiser la vente des contrats vie à la CNAR SA » DESSA promotion : 1982-1984

Cours :

- Benoit Hugonin : Assurance vie
- Mme Mémada : Gestion Commerciale
- Pr. Hubert NGNODOM : Technique de vente
- Ambroise ABEGA FOUA : Cours de Marketing de l'assurance vie, IIA, Yaoundé
MSTA- Promotion 2006-2008
- M. Olivier Meillant : Cours de Bases techniques IIA, MST-A, promotion 2006-200

ANNEXES

ORGANIGRAMME DE LA SONAVIE





Société Nouvelle d'Assurance-Vie

SOCIETE ANONYME AU CAPITAL DE 500.000.000 F CFA
IMMEUBLE SONAVIE ACI 2000 - TEL 229.54.00 / 01 FAX 229.55.01 / BPE 2217
BAMAKO - Email : sonavie@cefib.com Sonavie@Sonavie.com

PROPOSITION D'ASSURANCE PREVOYANCE RETRAITE

AGENT PRODUCTEUR

CODE.....NOM & PRENOM:.....

ASSURE :

Nom & Prénom:.....

Date & lieu de naissance :.....

Profession :.....

Adresse exacte :.....

En cas de réversibilité de la rente viagère: Taux de reversion:.....%

Nom & Prénom assuré :.....

Date & lieu de naissance :.....

CONTRACTANT (s'il est différent de la personne à assurer)

Nom ou raison sociale :.....

Adresse :.....

GARANTIES

Capital décès

Capital

Rente/an

OPTION 1

(Sans décès) :.....

OPTION 2

(avec décès) :.....

OPTION 3

(Décès & doublement acc) :.....

COTISATION :

Montant en multiple de 1000 FCFA

Minimum 10.000 FCFA PAR MOIS.

DUREE DU CONTRAT :.....an TERME DU CONTRAT :.....

PERIODICITE DE PAIEMENT DE LA COTISATION :

Unique

An

sem.

Trim.

Men.

MODE DE PAIEMENT :

Virement bancaire

Prélèvement sur salaire

Autres

RENTE VIAGERE (O/N):.....PERIODICITE DE PAIEMENT DE LA RENTE:

An Sem. Trim. Men. Durée paiement rente certaine: an(s).....

Taux d'indexation de la cotisation: % Période: an(s)

BENEFICIAIRES :

En cas de vie à l'échéance : L'assuré lui-même :

Autre (s) à préciser :

En cas de décès avant le terme :

* Mon conjoint, à défaut mes enfants nés et à naître à défaut ayants droits

* Autres (s) à préciser :.....

FAIT A.....LE.....

Le Proposant

QUESTIONNAIRE MEDICAL

Quels sont vos tailles et poids ?	m	kg	Avez - vous grossi ou maigri de 5kgs depuis 6 mois ? si oui de Combien.....
Votre tension artérielle.....			

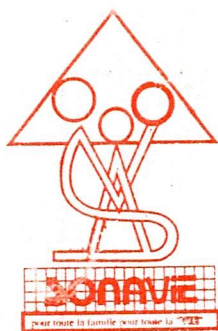
	NOM	OUI	Précisions
Êtes-vous actuellement en arrêt de travail ?	☐	☐	Motif
Avez-vous été victime d'un accident ?	☐	☐	Date et séquelles :
Avez-vous souffert, souffrez-vous d'une maladie ou d'une infirmité ?	☐	☐	Date et nature :
Avez-vous suivi ou suivez-vous un traitement Médical ? S'agit-il d'un traitement par piqûres ?	☐	☐	Date et nature :
Avez-vous subi une perfusion ou une transfusion de sang ?	☐	☐	Date et motif :
Avez-vous fait récemment l'objet d'un test de Dépistage de l'hépatite B ou encore du Sida ?.	☐	☐	Date et résultat :
Avez-vous subi des interventions chirurgicales ou devez-vous être opéré prochainement ?	☐	☐	Date et nature :
Présentez-vous ou avez-vous présenté une des Maladies suivantes : méningite, affection des Poumons hépatite B, verrues fréquentes, Mycose ou bien affections génitales.	☐	☐	Lesquelles :

Je certifie avoir répondu sincèrement, sans aucune réticence et n'avoir rien dissimulé sur mon état de santé passé ou actuel et prends acte que toute réticence ou fausse déclaration de ma part entraînera la nullité du contrat.

J'autorise expressément la compagnie à prendre toutes informations qu'elle jugerait utiles et nécessaires auprès des médecins qui m'ont soigné. J'autorise ces médecins à communiquer à la compagnie tous les renseignements demandés.

Fait à..... Le.....

Signature de la personne à assurer
Précédée de la mention « lu et approuvé »



Société Nouvelle d'Assurance - Vie
SONAVIE

Société Anonyme au Capital de 500.000.000
PROPOSITION FAMILLE - SECURITE

Tél. 229 - 54 - 00

229 - 54 - 01

B.P.E 2217

Fax. 229 - 55 - 01

Immeuble SONAVIE ACI 2000 Bamako

Noms et prénoms Code Agence

Nom et prénoms :

Date et Lieu de Naissance :

Profession Actuelle :

Adresse Exacte :

CONTRACTANT (S'il est différent de la personne à assurer)

Nom ou Raison Sociale :

Adresse :

POLICE

Date d'Effet Durée du Différé ans

Durée de Service de la Rente ans Date d'échéance

Durée du Contrat

GARANTIES

- Pendant le Différé en cas de Décès Taux

- A la fin du Différé Périodicité

COTISATION

Montant F CFA

Minimum 10.000 F CFA par mois

PERIODICITE DU PAIEMENT :

Unique : ☐

Ann. : ☐

Trim. : ☐

Sem. : ☐

Men. : ☐

MODE DE PAIEMENT

Virement Bancaire Prélèvement sur Salaire Espèce :

Autres

N° de Compte :

Employeur

BENEFICIAIRE

En cas de Vie à la fin du différé :

En cas de décès pendant le différé :

Fait à le

LE PROPOSANT

NOM & PRENOMS DU PROPOSANT		DATE NAISSANCE		PROFESSION
NOM DE JEUNE FILLE ,		LIEU DE NAISSANCE		NATIONALITE
ADRESSE COMPLETE				
TAILLE	POIDS	TENSION ARTERIELLE	OUI NON	OBSERVATIONS
Souffrez- vous actuellement d'un trouble ou d'une maladie quelconque ? Si la réponse est oui donnez les précisions			☐ ☐	
Avez -vous un défaut de constitution une infirmité ou une maladie Chronique ? Si oui lequel ?			☐ ☐	
Avez -vous été atteint d'affection pulmonaire Nerveuse Cardiaque. Rénal de Diabète, d'Albumine, de Maladie de Foie de Cancer ? Si oui à quel âge ? Précisez lesquelles.			☐ ☐	
Souffrez -vous de l'Estomac ? Si oui précisez (Aigreurs Ulcères. Vomissement de (sang)			☐ ☐	
Avez -vous été victime d'un Accident avec séquelles ? Préciser la date et la nature des séquelles			☐ ☐	
Avez -vous subi les interventions Churigicales ? Lesquelles et à quelle date Suivez -vous un Régime ? Lequel ?			☐ ☐	
Y -a -t -il des maladies Chroniques dans votre Famille ? Lesquelles ?			☐ ☐	
Souffrez -vous de maladies tropicales ? Paludisme, Diarrhée Chronique			☐ ☐	
Au cours des 5 dernières années avez -vous dû interrompre votre travail plus de 30 jours consécutifs pour maladie ou accident ? Donnez les précisions			☐ ☐	
Avez -vous séjourné dans un Etablissement Hospitalier (Hôpital Clinique Maison de Santé)			☐ ☐	
Avez -vous eu au cours des trois dernières années de infections ou inflammations Ganglionnaires Inexpliquées			☐ ☐	
Avez -vous eu des infections Chroniques de Voies Respiratoires ?			☐ ☐	
Des lésions cutanées inhabituelles ? Avez -vous une Fatigue ou un Malaise Chronique dépressions ou autres troubles Psycho neurologiques sans cause connue ?			☐ ☐	
Avez -vous à signaler des cas particuliers autres que ceux ci-dessus ?			☐ ☐	

Le proposant déclare que les réponses au présent questionnaire sont exactes et sincères et accepte qu'elle servent de base à la police **ASSURANCE RENTE MIXTE** à établir il certifie également qu'aucune assurance semblable n'a été refusée ou rectifiée par une autre Compagnie toute ré licence ou fausse déclaration intentionnelle entraînerait la nullité du contact.

Fait à le200.....

Le rédacteur,

Le contractant

Le (s) Assuré (s)

Signature à faire précéder de la mention
Manuscrite Lu et approuvé

La proposition doit être entièrement remplie
et signée de la main du souscripteur



SOCIETE NOUVELLE D'ASSURANCE - VIE

Siège Social Immeuble SONAVIE A.C.I. 2000

BP E. 2217 - Tél. (223) 229 54 00 / 229 54 01 Télécopie: 229 55 01

BULLETIN D'ADHESION

Noms

Prénoms

Né à

Le

Sexe

Etat Civil

Par la présente, je demande a bénéficier du règlement d'assurance Groupe de

(contractant = organisme de crédit)

à partir de la date à laquelle je deviens admissible et je donne mon accord sur les conditions du règlement d'assurance Groupe en vigueur en ce moment.

Je certifie en toute conscience qu'à ma connaissance je suis actuellement en bonne santé et ne souffre d'aucune maladie ou infirmité excepté les suivantes:

En particulier, souffrez - vous ou avez - vous souffert de:

- | | | |
|--|-----|-----|
| a) poussées de fièvre inexplicables, périodiques ou persistantes ? | Oui | Non |
| b) sueurs nocturnes inexplicables et persistantes ? | Oui | Non |
| c) maladies infectieuses ou tuméfactions des ganglions lymphatiques inexplicables ? | Oui | Non |
| d) diarrhée chronique ou périodique | Oui | Non |
| e) toux persistantes | Oui | Non |
| f) hépatite B ou n'importe quelle autre maladie Transmise sexuellement, y compris écorchures génitales ou suppurations ? | Oui | Non |

Avez - vous constaté:

a) des modifications de la peau inexplicables, périodiques ou persistantes ?

Oui

Non

b) une perte de poids inexplicable dans les deux dernières années ? (%) ?

Oui

Non

- Pour le SIDA ou les manifestations apparentes
Au SIDA, avez – vous déjà fait faire ou vous a – t – on
Déjà conseillé de faire un examen de sang ?

Oui

Non

- Avez vous déjà été refusé comme donneur de sang ?

Oui

Non

- Avez – vous eu une transfusion de sang ou de concen-

- Tration sanguin au cours des cinq dernières années ?

Oui

Non

- je certifie ne pas avoir été absent de mon travail suite
à une maladie pour plus de deux semaines consécutives
par an pendant les trois dernières années excepté
comme suit:

.....

- Je certifie ne pas avoir subi pendant les trois dernières
Années un traitement ou examen médical excepté les
suivants.....

Je sais qu'une fausse déclaration peut entraîner la nullité de l'assurance.

Montant initial du prêt (le cas échéant : plus intérêts *) : F.....

Durée du prêt:.....

Date d'octroi du prêt:.....

Montant de chaque terme de remboursement (mensuel / trimestriel / annuel *) : F.....

Date d'échéance du premier terme.....

Montant de la prime d'assurance

Fait à le (signature de la personne a assurer)

REMARQUE: il convient de joindre à la présente un acte de naissance et pour les Femmes mariées l'acte de mariage.



SOCIETE NOUVELLE D'ASSURANCE – VIE

Société Anonyme au Capital de 500.000.000 FCFA

Siège Social :Immeuble SONAVIE A.C.I. 2000 Téléphone 229 54 00 / 229 54 01 Télécopie : 229 55 01 Bamako

DEMANDE DE VIREMENT PERMANENT

NOM DU TITULAIRE :

ADRESSE :

MONSIEUR LE DIRECTEUR DE LA BANQUE

AGENCE :

ADRESSE :

COMPTE N° :

Par le débit de mon compte ci- dessus, je vous prie de bien
Vouloir effectuer un versement :

{ }	Mensuel	Tous les	{ }	{ }	du mois
		Pendant	{ }	{ }	années
{ }	Trimestriel	Tous les	{ }	{ }	des mois de
		Pendant	{ }	{ }	années
{ }	Semestriel	Tous les	{ }	{ }	des mois de
		Pendant	{ }	{ }	année
{ }	Annuel	Tous les	{ }	{ }	des mois de
		Pendant	{ }	{ }	années

{ } Unique ledu mois de.....

De la somme de Francs CFA : soit en lettres

Au profit du compte de :

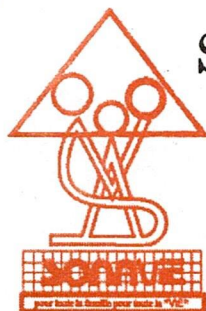
A la banque

N° Compte

Avec mes remerciements, je vous prie d'agréer, Monsieur le
Directeur l'expression de mes sentiments distingués.

A , le

Signature



SOCIETE NOUVELLE D'ASSURANCE – VIE

Société Anonyme au Capital de 500.000.000 FCFA

Siège Social :Immeuble SONAVIE A.C.I. 2000 Téléphone 229 54 00 / 229 54 01 Télécopie : 229 55 01 Bamako

DEMANDE DE PRELEVEMENT SUR SALAIRE

Je soussigné M.

Employé en qualité de :

A la Société :

Demande à Monsieur le Directeur, de bien vouloir effectuer un

Prélèvement à la source de la somme de : (en chiffres)

en lettres

selon la fréquence suivante :

☐ Mensuelle

A compter du mois de : 200.....

Jusqu'au mois de

Soit pendant années

☐ Trimestrielle

Tous les mois de 200.....

A compter du mois de 200

Pendant années

☐ Semestrielle

Tous les mois de.....

A compter du mois de 200.....

Pendant années

☐ Annuelle

Tous les mois de

A compter du mois de 200.....

Pendant années

☐ Unique

Le Du mois 200.....

La somme prélevée sera reversée à la Compagnie d'Assurance , au profit du compte ci- après :

Compte N° :

Banque :

A

, le
Signature

TABLE DES MATIERRES

Sommaire.....	
Dédicace.....	
Remerciements.....	
Sigles et abréviations	
Introduction.....	1
Première Partie: présentation et organisation fonctionnelle de la SONAVIE.....	3
Chapitre I : La présentation de la société SONAVIE.....	4
Section 1: Le statut juridique.....	4
Paragraphe 1 : La nature des services.....	4
Section2 :L'Assemblée Générale.....	4
Section 3 : Le Conseil d'Administration	5
Section 4 : La Direction Générale.....	5
Chapitre II : La description des tâches des différents services.....	6
Section 1 : L'inspection chargée du réseau des commerciaux.....	6
Paragraphe 1 : le réseau commercial:.....	6
Paragraphe 2 : La gestion de la production retraite/rente.....	6
Paragraphe 3 : La gestion des sinistres : Rachat / Décès et Capitaux échus.....	7
Section 2 : L'inspection chargée des risques d'entreprises	8
Paragraphe 1 : La production.....	8
Paragraphe 2 : la souscription.....	9
1) L'assurance comportant le risque décès	9
2) Le registre de souscription.....	9
3) La convention d'assurance groupe crédit.....	9
4) La gestion de l'après vente.....	10
Paragraphe 3 : Les sinistres.....	10
Paragraphe 4 : Le traité de réassurance	11
Section 3 : Le service informatique	12
a) La Sauvegarde des données.....	12
b) La Copie des données.....	13
c) La Gestion des mots de passe.....	13
d) La boîte de courrier électronique	13

Section 4 : Le Service Administratif et Financier	13
Paragraphe 1 : Le service comptabilité	13
Section 5 : Le service du personnel.....	14
Paragraphe 1 : Le contrôle de gestion	15
Deuxième partie cadre Pratique : Problématique de la commercialisation des produit d'assurance-vie au Mali.....	16
Chapitre I: Problématique de la commercialisation des produits d'assurance-vie au Mali...	17
Section 1 : La problématique.....	17
Section 2 : L'étude récente de l'OIT au Mali et dans d'autres pays :.....	19
Paragraphe 1 : faiblesse du niveau des revenus des ménages.....	19
Paragraphe 2 : les régimes de sécurité sociale au Mali.....	19
Paragraphe 3: les relations Assureurs- Assurés.....	20
Section 3 : La stratégie marketing des produits d'assurance-vie :	20
Paragraphe 1 : les intermédiaires d'assurance.....	21
Paragraphe 2 : Les agents généraux :.....	21
Paragraphe 3 : les courtiers.....	21
Section 4 : les canaux de distribution :	21
Paragraphe 1 : le réseau bancaire et les institutions financières	22
Paragraphe 2 : Les campagnes de souscription de masse.....	23
Section 5 : La politique de produits adaptés	24
Section 6 : la politique de fixation du prix juste.....	26
Paragraphe 1 : les lois qui gouvernent la fixation du prix juste	27
Chapitre II : Organisation et stratégie de distribution.....	29
Section 1 : L'organisation sur le plan de la responsabilité:	29
Section 2 : Organisation sur le plan de la commercialisation et gestion des contrats.....	29
Chapitre III: Les critiques et suggestions	30
Conclusion.....	31
Bibliographie.....	
Table des matières.....	