

**Conférence Interafricaine des  
Marchés d'Assurances (CIMA)**  
BP: 2750 Libreville Gabon  
Tél: (241) 44 37 79  
Fax: (241) 73 42 88  
Site : [www.cima-afrique.org](http://www.cima-afrique.org)



**Institut International des Assurances (IIA)**  
BP: 1575 Yaoundé Cameroun  
Tél: (237) 22 20 71 52  
Fax: (237) 22 20 71 51  
Site : [www.iiacameroun.org](http://www.iiacameroun.org)

**Rapport de fin d'études et de stage en vue de l'obtention du Diplôme de  
Maîtrise en Sciences et Techniques d'Assurance (MST-A)**  
(Cycle II 10<sup>ème</sup> promotion : 2010 - 2012)

## **THEME**

**PROBLÉMATIQUE DU DEVELOPPEMENT DE  
L'ASSURANCE VIE DANS L'ECONOMIE  
BÉNINOISE**

***Présenté et soutenu par :***

**Paulin DAKO**

***Sous la direction de :***

**Monsieur P. Urbain ADJANON**  
***Directeur des Assurances du Bénin***

**Novembre 2012**

---

## DEDICACE

---

*A*

*Toi, Carine, mon épouse,*

*et toi mon frère Léandre DAKO,*

*Je dédie ce travail.*



Paulin DAKO

---

## REMERCIEMENTS

---

*Plusieurs personnes ont, par leurs encouragements, avis, conseils et appuis techniques favorisé et contribué à la réalisation du présent document. Qu'elles trouvent ici l'expression de notre profonde reconnaissance. Nous adressons nos sincères remerciements :*

- ✓ *A Monsieur Roger Jean-Raoul DOSSOU-YOVO, Directeur Général de l'IIA ainsi qu'à tout le personnel de l'Institut, sans oublier les professeurs qui n'ont ménagé aucun effort pour faire de nous des cadres compétents ;*
- ✓ *A Monsieur Urbain Philippe ADJANON, Directeur des Assurances du Bénin qui a bien voulu accepter d'encadrer le présent travail malgré ses multiples occupations. Son soutien et ses conseils nous ont été d'une aide précieuse ;*
- ✓ *Aux membres du jury qui ont bien voulu accepter de juger et d'enrichir ce travail par leurs observations et critiques ;*
- ✓ *A Monsieur Paulin HOUECHENOU, Directeur Général de la société dénommée "Assurances et Réassurances de Golfe de Guinée (ARGG)" et à tout son personnel pour nous avoir accepté dans leur structure pour notre stage et pour leurs contributions ;*
- ✓ *A Mesdames Solange GBOKEDE, Bertrande SAGBOHAN et Martine DAHOUN, toutes chefs service à la Direction des Assurances du Bénin pour leurs encouragements et soutiens ;*
- ✓ *A Messieurs Appolinaire HOUENOU, Léopold VIDJINAGNI, Pacôme BONOU et Marc MEGAN pour leurs observations et encouragements ;*
- ✓ *A Monsieur et Madame TOGAN Emmanuel et Rose pour leurs soutiens, exhortations à un travail bien fait ; qu'ils trouvent ici l'expression de notre sincère reconnaissance.*
- ✓ *A Messieurs Félix DAKO et Rodrigue DAKO pour leurs soutiens.*
- ✓ *A tout le personnel de la Direction des Assurances du Bénin pour leur disponibilité et leur collaboration ;*
- ✓ *Aux responsables de l'Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique qui nous ont fourni les statistiques ;*
- ✓ *A tous ceux et à toutes celles qui ont bien voulu nous aider dans la collecte des données de l'enquête, recevez ici le prix de tous ces sacrifices ;*
- ✓ *A tous nos frères et sœurs Félix, Jean, Florentin, Germaine et Véronique, qu'ils trouvent ici l'expression de notre reconnaissance.*

*Soyez tous remerciés et trouvez dans ce rapport l'expression de toutes nos gratitude. Que l'ETERNEL vous bénisse et vous comble de ses bienfaits.*

---

**LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS**

---

|                  |  |
|------------------|--|
| AFRICA RE        | : Société Africaine de Réassurance   |
| ALLIANZ Bénin    | : Allianz Bénin  |
| AMAB             | : Assurance Mutuelle Agricole du Bénin   |
| ARGG             | : Assurances et Réassurances du Golfe de Guinée                                      |
| AVIE             | : Avie Assurances  |
| BIBE             | : Banque Internationale du Bénin   |
| BOA Bénin        | : Banque Of Africa Bénin   |
| BSIC             | : Banque Sahélo - sahélienne pour l'Investissement et le Commerce                    |
| CBB              | : Continental Bank Bénin   |
| CEMAC            | : Communauté Economique et Monétaire de l'Afrique Centrale                           |
| CICA-RE          | : Compagnie Commune de Réassurance des Etats membres de la CIMA                      |
| CIMA             | : Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurances                                 |
| CMA              | : Chiffres du Marché de l'Assurance du Bénin   |
| COLINA Bénin     | : Colina Bénin   |
| COLINA Vie       | : Colina Vie Bénin   |
| CRCA             | : Commission Régionale de Contrôle des Assurances                                    |
| EB               | : Ecobank Bénin  |
| FANAF            | : Fédération des Sociétés d'Assurances de Droit National Africaines                  |
| FEDAS            | : Fédérale d'Assurances  |
| FFSA             | : Fédération Française des Sociétés d'Assurances                                     |
| GAB              | : La Générale des Assurances du Bénin  |
| IACI-ARAB        | : Institut des Actuaire de Côte d'Ivoire de l'Association Royale des Actuaire Belges |
| IARDT            | : Incendie Accidents Risques Divers Transport  |
| IIA              | : Institut International des Assurances  |
| INSAE            | : Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique                     |
| L'AFRICAINNE     | : L'Africaine des Assurances   |
| L'AFRICAINNE Vie | : L'Africaine Vie  |
| LMAI             | : Millenium Assurances Internationales-Vie   |
| NSIA Bénin       | : Nouvelle Société Interafricaine d'Assurances du Bénin                              |
| NSIA Vie Bénin   | : Nouvelle Société Interafricaine d'Assurances Vie Bénin                             |
| ORABANK          | : Orabank ex Financial Bank Bénin  |
| RSA              | : Rapport sur le Secteur des Assurances (Bénin)                                      |
| SAARB            | : Société Africaine d'Assurances et de Réassurances du Bénin                         |
| SGBBE            | : Société Générale de Banques du Bénin   |
| SIG Bénin        | : Société de Gestion et d'Intermédiation du Bénin                                    |
| SONAR            | : Société Nationale d'Assurances et de Réassurances                                  |
| UBA              | : United Bank for Africa ex Continental Bank   |
| UBA-VIE          | : Union Béninoise d'Assurances Vie   |

---

**LISTE DES TABLEAUX**


---

|   |    |
|---|----|
| Tableau 1: Poids des différentes catégories socio-professionnelles .....  | 25 |
| Tableau 2 : Echantillonnage .....   | 25 |
| Tableau 3: Evolution comparée du ratio de Développement de l'Assurance Vie au Bénin et du poids de la branche vie dans la production du marché de 1998 à 2011 ..... | 31 |
| Tableau 4 : Evolution du taux de pénétration et de la densité de l'assurance vie au Bénin de 1998 à 2011 .....  | 32 |
| Tableau 5: Répartition des enquêtés ayant souscrit un contrat vie .....   | 34 |
| Tableau 6: Les enquêtés appartenant à un groupe de tontine .....  | 37 |
| Tableau 7: Durée des cotisations au sein des groupes de tontines .....  | 38 |
| Tableau 8: L'image de l'assureur vie .....  | 40 |
| Tableau 9: Degré de satisfaction des assurés de ARGG enquêtés .....   | 41 |
| Tableau 10: Respect de l'obligation d'informations par ARGG .....   | 42 |
| Tableau 11: Les sociétés d'assurance au Bénin en 2010, par ordre d'agrément.....  | 53 |
| Tableau 12 : Liste des courtiers et sociétés de courtages agréés au Bénin.....  | 53 |
| Tableau 13 : Evolution des parts des cotisations vie du marché mondial des assurances de 2006 à 2010 .....  | 54 |
| Tableau 14: Indicateurs de développement de l'Assurance sur la Vie dans quelques pays du monde en 2010 .....  | 54 |
| Tableau 15: Développement de l'Assurance vie dans les pays de la CIMA.....  | 54 |
| Tableau 16 : Evolution du taux de pénétration de l'assurance vie des pays de la CIMA de 2004 à 2010 .....   | 55 |
| Tableau 17 : Evolution de la densité de l'assurance vie des pays de la CIMA de 2004 à 2010.....   | 55 |
| Tableau 18: Répartition de la population enquêtée par sexe .....  | 56 |
| Tableau 19: Répartition par société des enquêtés ayant souscrit une police d'assurance vie.....   | 56 |
| Tableau 20: Différentes motivations des souscripteurs de contrat vie.....   | 56 |
| Tableau 21: Type de contrat souscrit par les assurés .....  | 56 |
| Tableau 22: Degré de satisfaction des assurés par rapport aux prestations des assureurs vie.....  | 57 |
| Tableau 23: Caractéristiques des enquêtés ayant souscrit à un contrat vie.....  | 57 |
| Tableau 24: Respect de l'obligation d'informations annuelles .....  | 58 |
| Tableau 25: Niveau des cotisations des enquêtés ayant déclaré appartenir à un groupe de tontine.....  | 58 |
| Tableau 26: Moyen de communications utilisées par les compagnies vie .....  | 59 |
| Tableau 27: Niveau de connaissance sur les services qu'offrent les assureurs vie .....  | 59 |
| Tableau 28: Perception des services des assureurs vie.....  | 59 |
| Tableau 29: L'image de l'assureur vie .....   | 59 |

---

## LISTES DES GRAPHIQUES ET FIGURES

---

### Liste des graphiques

---

|  |    |
|--|----|
| Graphique 1: Evolution du nombre d'affaires nouvelles réalisées de 2008 à 2011 .....   | 14 |
| Graphique 2: Evolution comparée du chiffre d'affaires des branches IARDT, Vie et de l'ensemble du marché des assurances au Bénin (en milliards de FCFA)..... | 30 |
| Graphique 3: Proportion des enquêtés ayant estimé que les engagements financiers constituent un frein à la souscription à l'assurance .....                  | 38 |
| Graphique 4: Niveau de connaissance sur les services qu'offrent les assureurs vie .....  | 39 |
| Graphique 5: Perception des services des assureurs vie.....  | 40 |

### Liste des figures

---

|  |    |
|--|----|
| Figure 1: Organigramme de la Direction des Assurances du Bénin .....   | 17 |
| Figure 2: Maquette de dépouillement des informations de l'enquête..... | 27 |
| Figure 3: Organigramme de ARGG .....                                   | 52 |

---

## RESUME

---

Les ressources mobilisées par le marché béninois des assurances restent largement dominées par celles des assurances de dommages. En effet, sur la période de 1998 à 2011, la branche des assurances de dommages représente en moyenne 79% de l'ensemble du marché national des assurances. En revanche, l'assurance vie, principale source de mobilisation de l'épargne, longue par la durée des contrats souscrits, ne représente qu'une infime partie du chiffre d'affaires du marché, environ le quart de la branche non vie. Ce profil du marché béninois des assurances, caractéristique de la plupart des pays de la zone CIMA, est contraire à la tendance généralement observée au niveau des statistiques des pays développés dans le secteur des assurances où, la production qui prédomine est celle de la branche vie.

Plus d'une décennie, après la libéralisation du secteur des assurances au Bénin, la branche vie est encore à la traîne. A cet égard, les trois indicateurs socio-économiques évalués, à savoir : le ratio des primes émises en assurance vie sur les primes émises en assurance non-vie, le taux de pénétration de l'assurance vie et la densité de l'assurance vie, confirment ce propos.

L'étude des causes du faible développement de l'assurance vie a donné les résultats suivants :

- le niveau de développement de l'assurance vie demeure encore faible au Bénin ;
- les produits d'assurance vie ne sont pas adaptés aux contextes ruraux et informels du Bénin donc ne sont pas en conformité avec les aspirations des citoyens ;
- les facteurs socioéconomiques (faible niveau de revenu, faible niveau d'instruction de la population assurable) sont des obstacles au développement de l'assurance vie au Bénin ;
- les produits bancaires et les tontines traditionnelles concurrencent les produits d'assurance vie classiques ;
- l'image défavorable des assureurs sur le marché.

Aujourd'hui, pour la réussite du développement de l'assurance vie dans la population et dans l'économie au Bénin, il paraît urgent que les assureurs vie intègrent une démarche marketing dans leurs approches commerciales. Le marché possède encore de véritables opportunités surtout le secteur informel dont l'exploitation requiert une vraie politique de changement dans l'approche de cibles visées. L'ensemble du personnel aussi bien des entreprises d'assurances que des réseaux de distribution doit être mobilisé pour gagner ce pari.

Par ailleurs, un effort soutenu de vulgarisation et de transparence dans la gestion des contrats contribuera à rendre la confiance aux assurés. La publicité institutionnelle doit transmettre des messages clairs et faciles à appréhender par l'ensemble des citoyens. Les technologies de l'information doivent constituer un nouvel outil d'information et de vulgarisation.

La démarche qualité est devenue un vecteur incontournable de compétitivité. Elle doit regrouper l'ensemble des acteurs du marché autour de la satisfaction des besoins des clients, notamment le règlement diligent des prestations. Sa réussite passe par le respect des délais, la simplification des procédures de règlement des prestations, le conseil et le bon accueil. C'est à ce prix que l'image de marque de l'assureur va s'améliorer. D'où la nécessité de disposer d'une ressource humaine de qualité.

Au total, le développement de l'assurance vie au Bénin passera par la prise en charge du secteur informel qui ne sera possible que par le biais de la microassurance. Ainsi, la promotion de la microassurance contribuera à coup sûr au développement de la branche vie et permettra une mobilisation conséquente de l'épargne.

---

## ABSTRACT

---

The resources realized by the Beninese insurance market are greatly dominated by those of insurance general. In fact from 1998 to 2011 the sector of insurance general accounts for about 79% of whole national insurance market. However the life insurance, basic source of saving mobilization, long dated by the strength of underwritten contract, only represents the tiniest part of the market turnover, about one fourth of the non-life sector. This profile of Beninese insurance market, characteristic of the most countries of CIMA area, is the opposite of the tendency generally observed in the statistics standard of developed countries in the insurance sector where the predominant production is the life sector.

More than a decade after the liberalization of insurance sector in Benin, the life sector is still lagging behind. In this respect the three socio-economic indicators assessed, after the fashion of ratios, premium issued (life insurance, non-life insurance), the rate of penetration of life insurance confirms this remark.

The survey on the reasons of that insurance weak penetration has given the following results:

- the degree of life insurance penetration is still weak in Benin;
- the life insurance products are not adapted to the rural and informal context of Benin, thus not being not in conformity with the citizen aspiration ;
- the socio-economic factors (weak income level, weak education level of the insurable population) are the obstacle to the life insurance development in Benin;
- the banking products and the traditional saving compete with the classical life insurance products instead of going along with them;
- the unfavorable image of the insurer on the market.

Nowadays for the success of life insurance penetration in the population and in the economy in Benin, it seems urgent that the life insurers integrate a marketing step in their commercial approaches. The market still possesses real opportunities especially the informal sector of which requires a true change policy. The whole staff as well as of businesses and the network distribution must be mobilized to reach this target.

Besides a sustained effort of popularizing and transparency in the management of contracts will both contribute to give confidence to the insured. The institutional advertising must send clear and easy messages understandable by the ordinary citizen. The new technologies of information must constitute a new tool of information and popularization.

The quality step became an inevitable vector of competitiveness. It must regroup the whole insurance companies actors around the satisfaction of customers needs, particularly the diligent provision service settlement. Its success passes through the respect of deadlines, the simplification of procedures and provision of service settlement, advices and good reception. It is at that level that the brand image of the insurer will be improved. Therefore it is compulsory to have a first quality human resource.

All in all the development of life insurance in Benin will pass through the support of informal sector which will be only possible with the help of the micro-insurance. Thus the promotion of the micro-insurance will certainly contribute to the development of life sector and will allow a logical mobilization of savings.

---

## SOMMAIRE

---

|   |           |
|---|-----------|
| INTRODUCTION GENERALE .....   | 1         |
| <b>PREMIERE PARTIE : DESCRIPTION DU CADRE DE STAGE.....</b>   | <b>3</b>  |
| CHAPITRE PREMIER: DEROULEMENT DU STAGE DANS LA SOCIETE DENOMMEE « ASSURANCES ET REASSURANCES DU GOLFE DE GUINEE » ..... | 4         |
| I.    CADRE INSTITUTIONNEL DE LA SOCIETE .....  | 4         |
| II.   EXPERIENCES DE STAGE.....   | 11        |
| CHAPITRE II : DEROULEMENT DU STAGE A LA DIRECTION DES ASSURANCES .....  | 15        |
| I.    PRESENTATION DU CADRE DE STAGE .....  | 15        |
| II.   EXPERIENCES DE STAGE.....   | 17        |
| <b>DEUXIEME PARTIE : DETERMINANTS DU FAIBLE DEVELOPPEMENT DE L'ASSURANCE VIE AU BENIN.....</b>                          | <b>19</b> |
| CHAPITRE PREMIER: CADRE THEORIQUE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE.....  | 20        |
| I.    CADRE THEORIQUE DE L'ETUDE .....  | 20        |
| II.   METHODOLOGIE DE L'ETUDE .....   | 24        |
| CHAPITRE II : FACTEURS EXPLICATIFS DU FAIBLE NIVEAU DE DEVELOPPEMENT DE L'ASSURANCE VIE DANS L'ECONOMIE BENINOISE ..... | 29        |
| I.    TENDANCES RECENTES DE L'ASSURANCE VIE AU BENIN.....   | 29        |
| II.   ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE .....  | 33        |
| III.  PRINCIPAUX AXES DE REFORME PRECONISES POUR LA RELANCE DE L'ASSURANCE VIE.....                                     | 42        |
| CONCLUSION .....  | 48        |
| BIBLIOGRAPHIE .....   | 50        |
| ANNEXES.....  | 51        |
| Annexes 1 : Organigramme de ARGG .....  | 52        |
| Annexes 2 : Données statistiques.....   | 53        |
| Annexes 3 : Données issues des résultats de l'enquête .....   | 56        |
| Annexes 4 : Questionnaire.....  | 60        |
| Annexe 5 : Arrêté fixant les modalités de rémunération des intermédiaires d'assurance en République du Bénin .....      | 62        |
| TABLE DES MATIERES .....  | 63        |

---

## INTRODUCTION GENERALE

---

Le secteur de l'assurance est un levier clé du développement durable en raison de son poids et du rôle majeur qu'il joue dans l'économie. En 2005, le secteur de l'assurance est devenu le premier secteur économique au monde avec un volume de primes d'assurance estimé à 3426 milliards de dollars US, dont 60% représente la production de la branche vie et 40% pour la non-vie<sup>1</sup>. Si l'assurance, à travers le poids du secteur vie, est le poumon de l'économie de certains pays européens, asiatiques et même africains, ce n'est pas encore le cas des pays de la zone CIMA.

Dans le contexte particulier du Bénin, il est important de souligner que depuis la libéralisation complète du secteur en 1998, la production de la branche vie représente en moyenne le quart de celle de la branche non-vie. En 2005, l'année où le secteur de l'assurance est devenu le premier secteur économique au monde, la part de la branche vie au Bénin dans le chiffre d'affaires global du marché béninois était de 20% contre 80% pour la branche non-vie. Ce fossé entre ces deux branches d'assurance d'une part, illustre la faible pénétration de l'assurance vie dans l'économie et d'autre part, projette le retard patent qu'a connu la branche vie au Bénin.

En conséquence, l'épargne institutionnelle malgré son évolution positive, ne joue pas encore son rôle de locomotive pour l'investissement au Bénin. De ce fait, l'assurance sur la vie, par son pouvoir mobilisateur de l'épargne longue, reste peu développée, malgré les progrès réalisés ces dernières années. Dans le souci d'apporter notre modeste contribution à cette réflexion, il nous est apparu opportun de traiter le thème formulé comme suit : **« Problématique du développement de l'assurance vie dans l'Economie Béninoise ».**

La présente étude aborde cette problématique par une série d'interrogations :

- Quelles sont les causes du faible développement de l'assurance vie au Bénin ?
- Le désintéressement des citoyens face aux produits d'assurance vie peut-il être expliqué par les seuls facteurs culturels ou croyances religieuses ?
- Les assureurs vie offrent-ils des produits adaptés aux contextes ruraux et informels des béninois ?
- Les assureurs vie n'ont-ils pas une part de responsabilité dans le sous-développement de

---

<sup>1</sup> Groupe de travail Assurance du Programme des Nations Unies pour l'Environnement Initiative Financière (UNEP FI), *l'assurance durable*, rapport, mai 2007, p 10.

cette branche d'assurance?

Au-delà de la recherche de ces facteurs explicatifs de la situation annoncée plus haut, la présente étude vise à préconiser les principaux axes de réforme susceptible de promouvoir l'assurance vie au Bénin, voire dans l'espace CIMA.

A cet égard, la présente étude est structurée en deux parties essentielles :

- La première partie est consacrée à la description du cadre de stage. Elle permet ainsi de présenter les structures qui nous ont accueilli durant les six mois de stage académique. Il s'agit dans un premier temps de la société dénommée « ARGG » à laquelle est consacrée le chapitre premier et dans un second temps, de la Direction des Assurances que l'on retrouve au chapitre 2.
- La deuxième partie qui permettra d'identifier les déterminants de la faible pénétration de l'assurance vie dans l'économie béninoise est également subdivisée en deux chapitres. Cet exercice nous conduit d'une part, à présenter au chapitre premier le cadre théorique et l'approche méthodologique de l'étude et d'autre part, à identifier au chapitre 2 les facteurs explicatifs du faible développement de l'assurance vie dans l'économie béninoise.

Globalement, ce travail a pour ambition d'identifier les principales variables explicatives ayant une influence directe sur la souscription des produits d'assurances vie au Bénin et d'apporter notre modeste contribution à la résolution de la problématique étudiée. Ceci contribuera à faire sortir l'assurance vie de sa léthargie ou à réduire tout au moins le fossé qui la sépare de l'assurance non-vie.

---

## **CHAPITRE PREMIER: DEROULEMENT DU STAGE DANS LA SOCIETE DENOMMEE « ASSURANCES ET REASSURANCES DU GOLFE DE GUINEE »**

---

Ce chapitre fait état de l'organisation de la compagnie dénommée "Assurances et Réassurances du Golfe de Guinée" (ARGG) et le point de nos expériences de stage au sein de ladite société.

### **I. CADRE INSTITUTIONNEL DE LA SOCIETE**

La société ARGG, régie par des textes statutaires qui ont consacré sa création, mérite d'être présentée aussi bien à travers son historique et son identité qu'à travers les produits qu'elle commercialise. Le fonctionnement de ses différents organes n'échappe pas non plus à cette présentation.

#### **1.1. Présentation de ARGG**

Faire la présentation de l'ARGG revient d'une part à passer en revue son historique et d'autre part son identité.

##### **1.1.1. Historique**

L'ARGG est une société anonyme régie par le code des assurances de la CIMA. Son siège social est situé à Cotonou, lot 11 Patte d'Oie, route de Cadjèhoun. Elle a été agréée par décret n°94-378 du 17 novembre 1994 pour effectuer les opérations d'Assurances et de Réassurance sur la vie et a effectivement démarré ses activités le 1<sup>er</sup> janvier 1995. Initialement, son capital social en 1994 était de 250.000.000 FCFA, mais il a été porté à 500.000.000 FCFA en 2002. Actuellement il est de 1.000.000.000 FCFA, suite à l'augmentation prescrite par le Règlement n°0001/CIMA/PCMA/PCE/SG/2007 du 04 avril 2007.

Aujourd'hui, la société est présente dans plusieurs grandes villes du Bénin à savoir : Cotonou, Parakou, Bohicon, Lokossa, Porto-Novo et Djougou.

**1.1.2. Fiche signalétique**

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>DESIGNATION</b>             | : <b>Assurances et Réassurances du Golfe de Guinée (ARGG)</b>  |
| <b>BRANCHE D'ACTIVITES</b>     | : Branche vie  |
| <b>ADRESSE</b>                 | : ☒ 04 BP 0851. Lot 39 Patte d'Oie - Place du souvenir -<br>Cotonou-Bénin<br>☎ (229) 21 30 56 43 / 21 30 56 43<br>☎ (229) 21 30 55 55  |
| <b>E-MAIL</b>                  | : argg@intnet.bj   |
| <b>FORME JURIDIQUE</b>         | : Société Anonyme (S.A.)   |
| <b>REGISTRE DU COMMERCE</b>    | : RC 19096-B Décret 946378 du 17-XI-94<br>Entreprise régie par le Code CIMA  |
| <b>AGREMENT</b>                | : Décret N°94-378 du 17 novembre 1994  |
| <b>CAPITAL SOCIAL</b>          | : 1 000 000 000 FCFA   |
| <b>ACTIONNARIAT</b>            | : 100% nationaux dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>• 69,50% (personnes physiques)</li> <li>• 30,50 (personne morales)</li> </ul>   |
| <b>PERSONNEL</b>               | : 20 salariés dont : <ul style="list-style-type: none"> <li>• 06 personnels de direction et cadres</li> <li>• 04 agents de maîtrise</li> <li>• 10 employés</li> </ul>  |
| <b>PRODUITS COMMERCIALISES</b> | : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Prévoyance Retraite (PR)</b> : <i>par ce produit ARGG aide ses assurés à "épargner aujourd'hui pour mieux vivre demain". C'est une couverture pour les vieux jours.</i></li> <li>2. <b>Avenir Enfant (AE)</b> : <i>contrat permettant aux parents d'offrir à leur progéniture la possibilité d'acquérir une formation professionnelle et de s'installer à leur propre compte. Le contrat avenir enfants garantit aux enfants bénéficiaires des versements périodiques de revenu semblables à des bourses d'études et de formation.</i></li> <li>3. <b>Plan d'Epargne Crédit Retraite (PECR)</b> : <i>produit adapté aux réalités locales, il garantit des crédits périodiques à allouer tout au long de la vie du contrat, pour les besoins du client.</i></li> <li>4. <b>Contrat d'Assurance Vie Entière Spéciale (CAVES)</b> : <i>produit permettant aux souscripteurs de faire face aux frais d'obsèques des parents et beaux-parents quel que soit leur âge.</i></li> <li>5. <b>Temporaire Décès (TD)</b> : <i>il s'agit d'un acte de prévoyance de haute portée. C'est une sécurité que l'assuré offre à sa famille en cas de disparition ou à lui-même en cas d'invalidité totale et permanente. Une garantie complémentaire "perte d'emploi" vient en complément et fait corps avec la garantie principale du</i></li> </ol> |

*contrat collectif décès-emprunteur, et ne peut être souscrite séparément de ce contrat.*

6. **Indemnités de Fin de Carrière (IFC)** : produit groupe par lequel ARGG assure le règlement à l'entreprise contractante, des indemnités de fin de carrière, dont elle serait débitrice envers les membres de la catégorie du personnel visée aux conditions particulières, en vertu des obligations légales, ou résultant d'une couverture collective ou d'un accord d'entreprise de départ.
7. **Contrat Groupe Retraite à Cotisations Définies (CGR)** : ce contrat a pour objet d'assurer le règlement, par ARGG aux assurés désignés par l'employeur, un capital à leur départ à la retraite.

**COMMISSAIRES AUX  
COMPTES**

: **Cabinet Fiduciaire Associée du Bénin**, "membre de l'Ordre des Experts Comptables et Comptables Agréés du Bénin (OEC CAB), inscrit sous le numéro 025-SE".

**DOMICILIATIONS  
BANCAIRES**

: BOA Bénin, ECOBANK, BSIC, SGBBE, BIBE, Continental Bank, ORABANK.

**REGIME FISCAL**

: Régime normal

**IDENTIFIANT IFU**

: 3 200 700 020 213

**PARTENAIRES**

: **Société de Gestion et d'Intermédiation du Bénin (SGI Bénin)** : actionnaire et conseil en gestion des placements.

**United Bank for Africa (UBA) ex Continental Bank** : actionnaire, confie à ARGG dans le cadre d'un partenariat la couverture de tous les crédits bancaires octroyés par UBA à ses clients.

**CICA-RE** : dans le cadre de l'assistance technique aux cédantes et à l'utilisation du logiciel de gestion des contrats vie dénommé « GVIE », elle donne des formations aux cadres et agents commerciaux de ARGG.

**Cabinet IACI-ARAB** : Conseil assistance technique dans le cadre de l'audit et certification des provisions mathématiques. Son siège est en Côte d'Ivoire.

**Soft Power** : Assistance technique dans le cadre de l'utilisation de logiciel comptable, développement de module et maintenance.

**Cabinet de Maître MACHIFA** : dans le cadre de l'assistance juridique et judiciaire.

**RACH-BUSINESS** : maintenance de tout le parc informatique de la société.

**REASSUREURS**

: **CICA-RE** : Apériteur de tous les traités de réassurance de la société à hauteur de 65% dont 15% de cession légale.

AVENI RE

AFRICA-RE

## 1.2. Fonctionnement de ARGG

Les principaux organes dont dispose la société pour l'accomplissement de sa mission sont prévus par les statuts et permettent la mise en place d'une structure organisationnelle appropriée.

### 1.2.1. *Attributs des organes statutaires*

Les organes statutaires sont au nombre de trois : l'Assemblée Générale, le Conseil d'Administration et la Direction Générale.

#### 1.2.1.1. *Assemblée Générale (Art 26 des statuts)*

Organe suprême de la société, elle est constituée de l'ensemble des actionnaires de l'entreprise. Elle se réunit en assemblée générale ordinaire après la clôture de chaque exercice social et ce dans les six (6) mois suivant la clôture dudit exercice. Aussi, des assemblées générales peuvent-elles prendre le caractère extraordinaire, consultatif, ou mixte selon le cas.

#### 1.2.1.2. *Conseil d'Administration (Art 14 des statuts)*

La société d'assurance ARGG est administrée par sept (7) administrateurs élus parmi ses actionnaires. Le Conseil se réunit sur convocation de son Président ou d'un administrateur délégué à cet effet, ou de la moitié au moins de ses membres, aussi souvent que l'intérêt de la société l'exige et au lieu désigné par lui. Il est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir au nom de la société et effectuer ou autoriser tous les actes et opérations relatifs à son objet ou à tous mandats confiés à la société.

#### 1.2.1.3. *Direction Générale (art 20 des statuts)*

Elle est représentée par un Directeur Général nommé par le conseil d'administration, parmi ses membres ou non à condition que le candidat réponde aux conditions d'éligibilité de l'article 329 du code CIMA. Ce Directeur Général est responsable devant le Conseil d'administration de l'utilisation des pouvoirs qui lui sont délégués. Il est tenu de l'exécution des décisions prises par le conseil et lui rend compte de sa gestion. Il organise, coordonne, et suit les différentes fonctions nécessaires à la bonne marche de l'entreprise. Le Directeur Général dirige l'ensemble des services de la Direction Générale.

### **1.2.2. Organisation structurelle**

L'organisation structurelle a pour but la répartition des tâches au sein de l'entreprise. A cet effet, un nouveau manuel de procédures administratives, comptables, financières et techniques est réalisé en remplacement de l'ancien dont la société s'est dotée depuis 1998. Ce nouveau manuel finalisé, vise essentiellement la planification des tâches à exécuter au sein de l'entreprise notamment l'identification des différents postes de responsabilités ainsi que les profils des personnes qui devront occuper lesdits postes.

L'organigramme qui en résulte prévoit après le Directeur Général, sept (07) Chefs services assistés par des chefs sections telles qu'il est indiqué à l'annexe 1 (figure 1). Il en résulte que les structures chargées de l'exécution des missions sont les suivantes :

#### *1.2.2.1. Secrétariat de Direction*

Placé sous l'autorité d'un secrétaire de direction, le Secrétariat de direction est chargé essentiellement d'une mission d'organisation générale. A ce titre, il s'occupe entre autres tâches de la gestion des courriers arrivées/départs et de leur classement.

#### *1.2.2.2. Contrôle Interne*

Placé sous l'autorité d'un Contrôleur Interne qui rend compte directement à la Direction Générale, il est chargé de deux missions essentielles, l'audit interne et le contrôle de gestion.

#### *1.2.2.3. Service commercial*

Il est placé sous l'autorité d'un Chef Service Commercial. Ce service participe à l'élaboration de la politique commerciale de la société et assure sa mise en œuvre. Il propose les orientations en matière de développement commercial, négocie les moyens nécessaires à sa réalisation (budget, moyens humains et matériels). Il organise, coordonne et contrôle les activités qui sont sous sa responsabilité. Le Chef Service Commercial est assisté dans l'exécution de sa mission par un Chef section bureau de représentation aidé par une secrétaire caissière et des conseillers en Assurances (agents commerciaux).

#### *1.2.2.4. Service production*

Dirigé par le Chef service production, ce service est chargé de mener la politique de souscription définie par la société. Dans le cadre de ses attributions, il s'occupe notamment de :

- la coordination des activités du service de production ;
- l'entretien des relations avec les réassureurs avant l'émission des polices pour lesquelles leur accord est nécessaire ;
- l'élaboration de la tarification des propositions de contrats ;
- l'émission de la police et de l'encaissement de la première prime ;
- la tenue des statistiques détaillées par produit, nature de contrat « particulier », « groupe » et par période ;
- l'établissement des bordereaux de cession des affaires en réassurance.

#### 1.2.2.5. *Service Gestion Technique*

Le chef service gestion technique organise, coordonne et contrôle les activités qui sont sous sa responsabilité. A ce titre, il exerce entre autres attributions les tâches ci-après :

- l'émission des primes de renouvellement périodique autres que les premières primes ;
- la gestion technique des contrats : traitements des demandes de paiement des capitaux échus, de paiement des sinistres, de réduction de contrat, des avances et des rachats partiels ou totaux ;
- la gestion des impayés et des commissions des commerciaux ;
- la gestion administrative des contrats ainsi que la tenue des statistiques détaillées par produit et par période.

#### 1.2.2.6. *Service administratif*

Ce service, dirigé par le chef service administratif, assure entre autres, un certain nombre de fonctions notamment :

- la gestion de la carrière du personnel et le recrutement d'agents sous la supervision du Directeur Général ;
- la gestion de la paye ;
- la gestion de la formation et de la documentation du personnel administratif ;
- la centralisation des évaluations du personnel ;

#### 1.2.2.7. *Service comptabilité et financier*

Il est placé sous l'autorité d'un chef service. Ce service assure la cohérence et la fiabilité des comptes de la société. A cet effet, il s'occupe entre autres de :

- la régularité et la conformité de la comptabilité patrimoniale et technique de la compagnie ;
- la régularité de la comptabilité des immobilisations et assure la mise à jour régulière

du tableau des immobilisations et du tableau d'amortissement ainsi que la concordance entre ces tableaux et la balance ;

- l'établissement des états financiers et comptables CIMA ainsi que les liasses fiscales périodiques ;
- le suivi de la trésorerie de l'entreprise par l'établissement de l'échéancier des engagements en fonction du niveau des comptes bancaires ;
- l'élaboration d'un tableau de bord financier et de trésorerie périodique qu'il met à la disposition du Directeur Général de la compagnie ;

#### *1.2.2.8. Service recouvrement*

La tâche dévolue à ce service n'est pas des moindres. Le recouvrement constitue aujourd'hui une fonction stratégique des compagnies d'assurances. Ce service s'occupe principalement du recouvrement des primes de renouvellement et des primes impayées. Ce service est actuellement rattaché au service commercial donc dirigé par son chef.

#### *1.2.2.9. Service informatique et des statistiques*

Ce service organise, coordonne et contrôle les activités informatiques au sein de l'entreprise. A cet effet, il est chargé de :

- la mise en place des bases de données permettant une analyse du portefeuille ;
- la gestion et du choix du matériel informatique ;
- la formation des utilisateurs du logiciel et du contrôle journalier des saisies faites par ces utilisateurs ;
- l'archivage quotidien et périodique des données sur des supports magnétiques ou autres.

Actuellement, ce service est rattaché au service gestion technique donc dirigé par le chef de ce dernier.

Quoique n'ayant pas pu parcourir tous les services de la société ARGG, nous avons tout de même fait le tour de certains services clé qui nous ont permis d'acquérir des expériences de stage.

## II. EXPERIENCES DE STAGE

Cette partie du travail, consacrée à nos expériences de stage à ARGG, nous permettra d'identifier les problèmes de l'entreprise et d'apporter des approches de solutions.

### 2.1. Déroulement du stage et travaux effectués

Avant de relater les travaux que nous avons effectués au cours de ce stage, nous nous pencherons d'abord sur son déroulement.

#### 2.1.1. *Déroulement du stage*

Notre stage s'est déroulé suivant le planning établi par la Direction des Assurances et adressé à toutes les compagnies devant accueillir les étudiants de l'Institut International des Assurances (promotion 2010 - 2012).

Reçu le premier jour de stage par le Directeur Général de ARGG, nous nous sommes entretenus sur des questions de développement de l'entreprise, sur les causes du rang qu'occupe actuellement ARGG sur le marché béninois des assurances et sur notre thème de réflexion. Au cours de cet entretien, le Directeur Général nous a informé de l'existence d'un dossier de partenariat que la société s'appête à nouer avec d'autres structures de la place afin d'accroître son chiffre d'affaires et nous a recommandé de travailler sur ce dossier avec deux de ses collaborateurs.

#### 2.1.2. *Travaux effectués*

Nous avons été affecté au Service Commercial sis à Ganhi (zone commerciale de Cotonou) où nous avons effectué la majeure partie de notre stage. Dans ce service, nous avons travaillé essentiellement sur le dossier de partenariat en collaboration avec le Chef Service Commercial et un cadre du Service Gestion Technique.

En effet, dans le souci d'améliorer ses performances sans prendre trop de risque, de multiplier les canaux de distribution de ses produits et d'atteindre de nouveaux marchés, des conventions de partenariat ont été nouées avec trois structures à savoir : un cabinet d'actuaire, une institution de microfinance et un opérateur de téléphonie mobile.

Dans ce cadre, plusieurs réunions d'étapes ont été tenues entre les partenaires et nous avons rédigé les comptes rendus des réunions auxquelles nous avons participé. Notre tâche a consisté également à faire des recherches documentaires sur les expériences des autres marchés en ce qui concerne la distribution des produits d'assurance via les réseaux de

téléphonies mobiles. La synthèse de ces recherches nous a permis de nous appuyer sur les expériences qui marchent déjà sur les autres marchés afin de faire des propositions concrètes de produits susceptibles d'être commercialisés par le canal de ce partenariat.

Nous avons eu des entretiens avec les autres chefs de services afin de mieux comprendre le fonctionnement des services qu'ils dirigent.

Les trois (3) mois passés en entreprise dans le cadre du stage de fin de formation, ont permis de mettre en pratique certaines connaissances théoriques acquises au cours de notre formation. Pendant cette période, nous nous sommes familiarisés à l'ambiance de travail en entreprise, nous avons développé les relations humaines et professionnelles. Nous avons également identifié des problèmes qu'il convient de souligner.

## **2.2. Problèmes identifiés et solutions préconisées**

Notre passage à ARGG nous a permis de constater certaines difficultés liées à la gestion quotidienne de certains services de la société. En effet, au service commercial, la plupart des agents commerciaux utilisés dans le cadre de la distribution des produits mènent cette activité à titre secondaire à cause du faible niveau des rémunérations qui leur sont payées, conformément à l'arrêté ministériel n°1504/MFE/DC/SGM/DGE/DA du 18 Novembre 2005 (en annexe 5). A cet effet, les dirigeants choisiront parmi l'une des manières suivantes de rémunérer des apporteurs, selon la politique de développement de l'entreprise :

- verser à la souscription du contrat la totalité des commissions prévues au contrat (compte tenu de la durée de paiement des primes et de la probabilité de leur paiement) : c'est l'escompte des commissions ;
- ou verser la totalité des commissions prévues au contrat pendant les deux premières années de son existence en fixant des facteurs de commissionnement par année (60% en première année et 40% en deuxième année par exemple) : c'est l'escompte partiel des commissions ;

Au vu des résultats de certaines entreprises, la méthode ci-dessus semble beaucoup plus porteuse parce qu'elle est plus incitative pour les commerciaux.

Certains systèmes la critique parce qu'elle pose un problème assez important qui est celui de l'amortissement du montant des commissions escomptées lorsque les rachats sont importants.

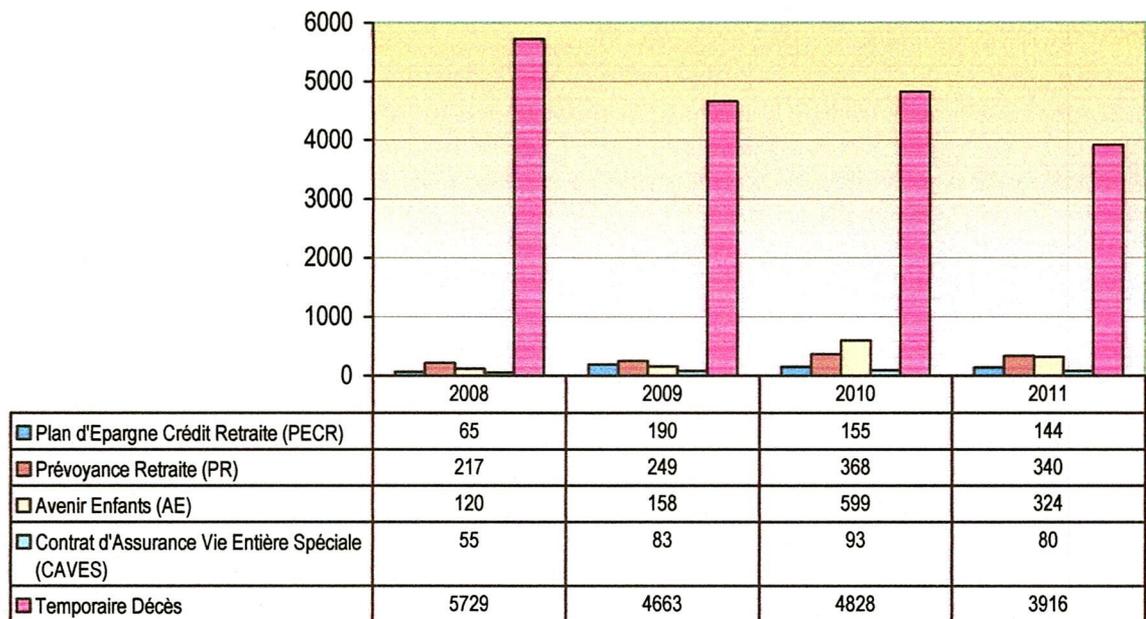
- verser les commissions sur la durée de paiement des primes au fur et à mesure de leur encaissement. On parle de commissions non escomptées. Dans ce même cas, les commissions, peuvent être payées sur les produits financiers de l'entreprise. L'avantage de cette méthode est qu'il n'y a pas de problème comptable d'amortissement des commissions. Par contre, si les primes sont de petits montants, les commissions périodiques seront très modiques, ce qui n'est pas de nature à inciter le réseau commercial.

Par ailleurs, les deux logiciels utilisés dans la société, l'un pour la gestion technique et l'autre pour la comptabilité, n'ont pas d'interface afin de faciliter la migration des données entre ces deux logiciels. Par conséquent, les informations issues de la gestion technique sont saisies à nouveau dans le logiciel de comptabilité au niveau du service comptable et financier, avec le risque d'erreurs et de perte du temps.

De même, le contrôleur interne éprouve beaucoup de difficultés pour assumer le rôle qui lui est dévolu à travers notamment l'audit interne et le contrôle de gestion. La mise en application effective dans la société du nouveau manuel de procédures administratives, comptables, financières et techniques réalisé, va probablement solutionner les dysfonctionnements entre services et permettra au responsable du contrôle interne d'atteindre ses objectifs.

L'analyse de la structure du portefeuille de la compagnie ARGG de 2008 à 2011 permet de constater que ce portefeuille est dominé par les contrats de temporaires décès comme l'illustre le graphique n°1 ci-après :

Graphique 1: Evolution du nombre d'affaires nouvelles réalisées de 2008 à 2011



Les contrats décès emprunteur représentent à eux seuls sur la période considérée en moyenne 85% du portefeuille de la compagnie. Le portefeuille est déséquilibré et son renouvellement s'effectue majoritairement par des contrats de "décès emprunteur" qui n'assurent pas forcément la pérennité de l'exploitation de l'entreprise. Par contre, les produits d'épargne en l'occurrence ceux destinés à la retraite qui constituent un fort potentiel d'épargne longue représentent en moyenne 5% du portefeuille. De même, l'assurance "vie entière" qui génère également de l'épargne à long terme, se situe en moyenne à 1%. Ces produits constituent des créneaux porteurs aux assureurs vie. Les dirigeants de ARGG doivent concentrer leurs efforts sur la commercialisation de ces types de produits.

Après l'étape de l'ARGG que nous venons de décrire, nous avons poursuivi notre stage à la Direction des Assurances du Bénin.

---

## CHAPITRE II : DEROULEMENT DU STAGE A LA DIRECTION DES ASSURANCES

---

La deuxième partie de notre stage s'est déroulée à la Direction des Assurances du Bénin où nous avons acquis une expérience de stage.

### I. PRESENTATION DU CADRE DE STAGE

La Direction des Assurances est une direction opérationnelle de la Direction Générale des Affaires Economiques du Ministère de l'Economie et des Finances.

#### 1.1. Présentation et attributions de la Direction des Assurances

##### 1.1.1. *Présentation de la Direction des Assurances*

La Direction des Assurances a été initialement créée par le décret n°88-528 du 29 décembre 1988 sous l'appellation de « Direction du Contrôle des Assurances ». Depuis lors, plusieurs textes modificatifs ont été pris par l'Autorité compétente. Elle est aujourd'hui, au terme de l'arrêté n°098/MFE/DC/SGM/DGE du 1<sup>er</sup> mars 2006, une direction opérationnelle de la Direction Générale des Affaires Economiques. Mais dans le cadre de l'exécution de ses attributions, elle intègre les dispositions prescrites à l'Annexe II du Traité de la Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurances (CIMA) qui énonce les attributions des Directions Nationales des Assurances en tant qu'institution d'intégration du secteur de l'assurance dans la zone. A l'instar de celles-ci, la Direction des Assurances du Bénin sert de relais à l'action de la Commission Régionale de Contrôle des Assurances (CRCA), organe supranational de régulation des marchés d'assurance de la zone.

##### 1.1.2. *Attributions de la Direction des Assurances*

La Direction des Assurances est la structure qui s'occupe des différentes questions d'assurances au niveau de l'Administration publique béninoise. A ce titre, elle est chargée :

- de la conception et de la surveillance de l'application de la réglementation nationale en matière d'assurance ;
- de l'étude et de la proposition au Gouvernement de toutes mesures susceptibles d'assurer et de parfaire la promotion du marché national d'assurance ;
- du suivi du déroulement des litiges nés sur le marché entre assureurs et/ou intermédiaires d'une part, et entre assureurs, assurés et bénéficiaires de contrats

- d'assurance d'autre part ;
- de la représentation de l'Etat au sein des organismes internationaux de coopération en matière d'assurance ;
  - de la gestion du Centre Professionnel de Formation à l'Assurance du Bénin (CPFA-Bénin), unité pédagogique décentralisée de l'Institut International des Assurances (IIA) de Yaoundé ;
  - de la mise en œuvre de la tutelle du Ministre chargé des Finances sur le secteur des assurances à travers l'exercice de l'activité du contrôle de l'Etat sur les compagnies d'assurances, sur les intermédiaires et autres experts opérant sur le territoire national ;
  - de la sauvegarde des intérêts des assurés souscripteurs et bénéficiaires de contrats d'assurance et de capitalisation notamment en veillant au caractère licite des contrats d'assurance et à une bonne tenue de la comptabilité des opérations d'assurances ;
  - de la protection de l'épargne publique en veillant à la stricte application des placements de valeur certaine ;
  - de l'incitation du secteur des assurances à accroître sa participation dans le développement économique de la nation à travers le financement des activités jugées prioritaires.

Pour l'exécution de ses attributions, la Direction des Assurances utilise un corps de contrôleurs des assurances assermentés.

## **1.2. Fonctionnement de la Direction des Assurances**

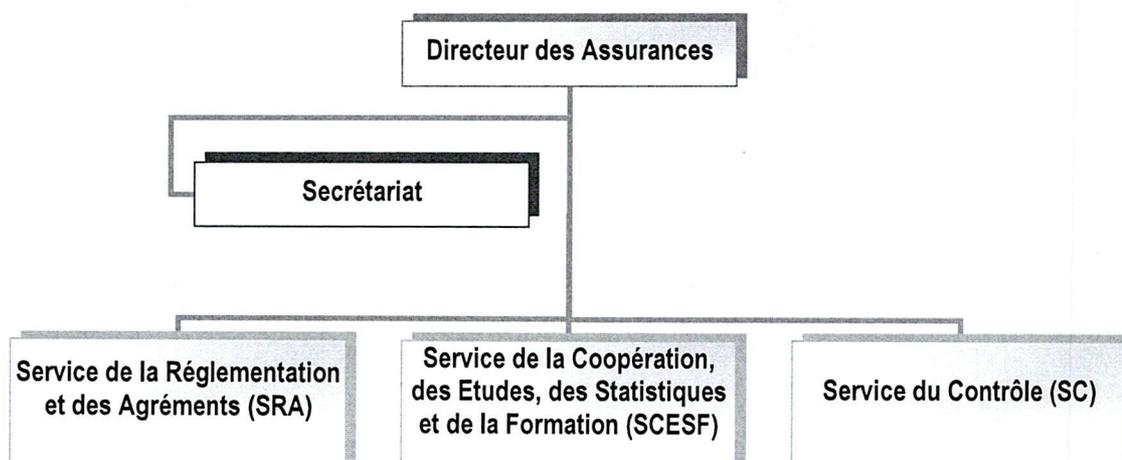
Pour atteindre les objectifs qui lui sont assignés, la Direction des Assurances fonctionne grâce à trois (3) services dirigés par des chefs services.

Conformément à l'arrêté n°098/MFE/DC/SGM/DGE du 1<sup>er</sup> mars 2006 précité, la Direction des Assurances dispose des services ci-après :

- le Service de la Réglementation et des Agréments (SRA) ;
- le Service de la Coopération, des Etudes, des Statistiques et de la Formation (SCESF) ;
- le Service du Contrôle (SC).

Outre ces services, la direction dispose d'un secrétariat administratif pour l'accomplissement de ses missions (voir l'organigramme figure n°1 ci-après).

Figure 1: Organigramme de la Direction des Assurances du Bénin



Le temps passé au Service du Contrôle (SC), nous ont permis d'acquérir également des expériences de stage.

## II. EXPERIENCES DE STAGE

Cette partie du travail sera consacrée à notre expérience de stage à la Direction des Assurances, laquelle nous permettra d'identifier les problèmes de la structure et d'y apporter des approches de solutions.

### 2.1. Déroulement du stage et travaux effectués

#### 2.1.1. Déroulement du stage

Notre stage pratique à la Direction des Assurances a été effectué au sein du service de contrôle de ladite direction pendant la durée de trois (3) mois.

#### 2.1.2. Travaux effectués

Notre arrivée à la Direction des Assurances coïncidait avec le contrôle du respect de l'article 13 nouveau, adopté par le Conseil des Ministres, le 11 avril 2011 à Ndjamena (Tchad) par le Règlement N°0001/CIMA/PCMA/PCE/2011 modifiant et complétant le Code des assurances des Etats membres de la CIMA en son article 13. Six mois après la prise d'effet dudit règlement intervenue le 1<sup>er</sup> octobre 2011, la brigade de contrôle de la Direction des Assurances a organisé un contrôle sur place dans toutes les compagnies du marché opérant dans la branche IARDT. L'objectif de ce contrôle est d'apprécier l'application de cet article 13 nouveau du code CIMA et les éventuelles difficultés qui en découlent. C'est ainsi que nous avons été membre des missions de contrôle qui se sont rendues à la Fédérale d'Assurances du Bénin (FEDAS-Bénin), à la Générale des

Assurances du Bénin (GAB) et à la Société Africaine d'Assurances et de Réassurances du Bénin (SAARB).

L'objectif principal de ce Règlement est de restaurer l'orthodoxie en matière de souscription et de renforcer la solvabilité des entreprises d'assurances afin de favoriser un développement pérenne des marchés d'assurances de la zone CIMA. Nous avons également participé au contrôle sur pièces des dossiers annuels des compagnies d'assurance pour l'exercice 2011 et accompli aussi plusieurs tâches administratives quotidiennes.

## **2.2. Problèmes identifiés et solutions préconisées**

Depuis la création de la Direction des Assurances, le Ministère du Travail et de la Fonction Publique n'a jamais organisé de concours pour le recrutement des cadres d'assurance pour ladite direction. Le personnel utilisé par cette direction est en partie issu de la défunte SONAR, société d'Etat liquidée. Actuellement avec les départs à la retraite, la direction ne compte que quatre (4) commissaires contrôleurs assermentés en poste y compris le Directeur des Assurances. Compte tenu de sa configuration actuelle, cette structure a besoin d'être renforcée en ressources humaines et matérielles afin de lui permettre de bien jouer le rôle qui est le sien.

Par ailleurs, la Direction des Assurances de par ses attributions, assure la délivrance des Certificats d'Assurance des Véhicules Administratifs (CAVA) et étudie les dossiers de réclamation des victimes d'accidents de circulation causés par les véhicules administratifs. La gestion manuelle de ces deux activités devient de plus en plus difficile compte tenu de l'importance des dossiers et de l'augmentation croissante du parc automobile de l'Etat. De même, en raison des velléités de fraude constatées en assurance çà et là sur le marché particulièrement en matière de règlement des sinistres, une attitude proactive s'impose. Il s'agit de l'informatisation de toutes les tâches exécutées pour le traitement et l'archivage des données issues desdits dossiers.

L'informatisation en question permettra à la Direction des Assurances de disposer d'une part, d'une base de données pour gérer la délivrance des CAVA et d'autre part, d'un progiciel pouvant faciliter et accélérer l'étude des dossiers de réclamations des victimes d'accidents de circulation causés par les véhicules administratifs. Ceci constituera un moyen pouvant permettre la surveillance du parc automobile de l'Etat, la détection de double réclamations éventuelles des victimes d'accident de circulation et l'archivage des informations relatives à l'assurance des véhicules de l'Etat.

La description du cadre de stage que nous venons d'examiner nous conduira à analyser les déterminants du degré de pénétration de l'assurance vie au Bénin.

## DEUXIEME PARTIE : DETERMINANTS DU FAIBLE DEVELOPPEMENT DE L'ASSURANCE VIE AU BENIN

*A travers quelques indicateurs clés, mesurant les performances de l'assurance vie, nous allons montrer dans un premier temps, le faible niveau de développement de l'assurance vie dans l'économie béninoise puis dans un second temps, identifier les différentes variables qui expliquent ce faible développement avant de préconiser quelques approches de solutions susceptible de promouvoir l'assurance vie au Bénin.*

---

## CHAPITRE PREMIER: CADRE THEORIQUE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE

---

Il sera abordé dans ce chapitre, le cadre théorique de l'étude d'une part et l'approche méthodologique d'autre part.

### I. CADRE THEORIQUE DE L'ETUDE

Parler du cadre théorique de l'étude revient à en étudier la problématique, les objectifs et hypothèses de recherche ainsi que la revue de littérature.

#### 1.1. Problématique de l'étude

« L'assurance vie est le poumon de l'économie française »<sup>2</sup>, ainsi s'exprimait Bernard SPITZ, président de la Fédération Française des Sociétés d'Assurances (FFSA), lors d'une conférence de presse sur le rôle de l'assurance vie dans l'économie française. Cette déclaration confirme la véritable fonction de l'assurance vie, à savoir la mobilisation de l'épargne longue et stable, due à son mécanisme de fonctionnement basé sur la capitalisation. En effet, selon les statistiques du secteur en 2010, le chiffre d'affaires vie au plan mondial a atteint 2520 milliards de dollars US alors que celui de l'assurance non vie s'est chiffré à 1819 milliards de dollars US. Le poids de la branche vie représente donc 1,4 fois le chiffre d'affaires de la branche non vie au plan mondial. Ces données confirment le rôle primordial que joue l'assurance vie dans la mobilisation de l'épargne et le financement des économies des pays développés. A ce sujet, signalons que la France occupe le 4<sup>ème</sup> rang derrière les Etats-Unis, le Japon et le Royaume-Uni. Si la branche vie constitue un outil efficace de mobilisation de l'épargne dans les pays développés, ce n'est pas encore le cas dans les pays de l'espace CIMA et en particulier au Bénin. En effet en 2010, le poids de la branche vie représente le quart (1/4) de la branche non vie au niveau national. La tendance de cet indicateur au plan national, comparée à celle observée au niveau mondial, confirme le faible niveau de développement de l'assurance vie dans l'économie béninoise.

A juste titre, la présente étude intitulée « **Problématique du développement de l'assurance vie dans l'Economie Béninoise** » s'attache à identifier les réelles causes du niveau actuel de développement de l'assurance vie au Bénin et les actions à mener pour sa

---

<sup>2</sup> Extrait du discours de Bernard SPITZ, président de la Fédération Française des Sociétés d'Assurances (FFSA), lors de sa conférence de presse du 27 janvier 2011.

croissance.

Au terme de cette étude, réalisée à l'appui d'une enquête, il conviendrait d'identifier les variables qui expliquent le faible développement de l'assurance vie et de préconiser des actions à mener par les acteurs du marché pour la promotion de l'assurance vie au Bénin.

## **1.2. Objectifs et hypothèses de recherche**

### **1.2.1. Objectifs de l'étude**

L'objectif global de l'étude est d'identifier les principales variables explicatives ayant une influence directe sur la souscription des produits d'assurances vie au Bénin. Ceci permettra, au vu des freins ou obstacles au développement identifiés, de préconiser quelques éléments de solutions dans le but de promouvoir cette branche d'assurance.

De manière spécifique, il s'agira de montrer le faible niveau de développement de la branche vie au sein de l'économie béninoise, d'identifier les principales variables qui expliquent ce faible développement et de formuler des recommandations dont la mise en œuvre pourrait assurer une dynamique positive de cette branche dans les années à venir.

### **1.2.2. Hypothèses de recherche**

Pour atteindre ces objectifs, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

- le niveau de développement de l'assurance vie demeure encore faible au Bénin ;
- les produits d'assurance vie ne sont pas en adéquation avec les aspirations des citoyens ;
- les facteurs socioéconomiques (faible niveau de revenu, faible niveau d'instruction de la population assurable) sont des obstacles au développement de l'assurance vie au Bénin ;
- les produits bancaires et les tontines traditionnelles concurrencent les produits d'assurance vie classiques ;

## **1.3. Revue de littérature**

A ce niveau, il a été fait sur la base des ouvrages, documents et sites internet consultés, une synthèse des approches théoriques sur les différentes causes de la problématique en étude. A cet effet, différentes conceptions ont été portées sur les difficultés associées au développement de l'assurance vie dans l'espace CIMA/FANAF.

Mais, avant de les aborder nous allons essayer de comprendre le sens d'une opération d'assurance vie. En effet, bien que régies par le Code CIMA qui n'en donne pas de manière explicite une définition précise (article 300, alinéa 1°), les opérations d'assurance vie ont toutefois fait l'objet d'une attention particulière de la part de certains auteurs. Si pour M. PICARD et A. BESSON, l'opération d'assurance vie est « *le contrat par lequel, en échange d'une prime, l'assureur s'engage à verser au souscripteur ou au tiers par lui désigné, une somme déterminée (capital ou rente) en cas de mort de la personne assurée ou de survie à une époque déterminée* »<sup>3</sup>, il n'en demeure pas moins vrai que cette branche d'assurance souffre de nombreux maux sur lesquels plusieurs auteurs se sont penchés.

Parmi ces divers maux, apparaissent les problèmes économiques dont le manque de moyens financiers des populations que n'a pas manqué de relever Valentin ZINSOUNON dans son ouvrage « L'assurance sur la vie : quels produits pour l'Afrique ? ». Ainsi, l'auteur estime que « (...) *les revenus moyens d'un ménage africain lui permettent difficilement d'assurer les besoins que sont : se nourrir, se loger, se soigner, s'instruire, se vêtir, etc.* ». Dans ces conditions, il va sans dire que le commun des citoyens ne peut souscrire un contrat d'assurance vie.

Dans le même registre, A. KAMEGA relève d'autres obstacles à l'évolution de l'assurance vie en Afrique tels que les préjugés d'ordres socioculturels et religieux, les comportements sociaux, l'éducation et le développement des tontines. Néanmoins, « *les opinions convergent généralement sur le fait que les contextes économique, social, politique et culturel [ne] sont pas favorables (...)* »<sup>4</sup> au développement de cette branche d'assurance. Mais quels sont alors ces contextes ? A cette question, l'auteur cite : « (...) *absence de stabilité politique et économique, faible niveau de revenus par habitant, existence de barrières religieuses ou culturelles, insuffisances dans les opportunités de placements financiers, absence de confiance réciproque entre les assureurs les assurés et les intermédiaires* ». A ces facteurs il faut ajouter : « (...) *le poids significatif de l'économie informelle, le faible niveau de bancarisation, les risques sur la durée de vie humaine importants et mal maîtrisés, les insuffisances de personnel qualifié au sein des organismes assureurs, le manque de données fiables, etc* ».

<sup>3</sup> TABOUROT (J.), DANTHENY (G.), BUSSAC (F.), Assurance vie : normes et réglementation comptable, Paris, l'Argus édition, 1996, p 20.

<sup>4</sup> KAMEGA (A.), outils théoriques et opérationnels adaptés au contexte de l'assurance vie en Afrique subsaharienne francophone : Analyse et mesure des risques liés à la mortalité, thèse de l'Université de Lyon, 2011, p 6.

A ces obstacles qui viennent d'être cités, s'adjoignent les facteurs psychosociologiques développés par la Direction des Assurances dans une étude portant sur les Ruptures anticipées de contrats d'assurance sur la vie (mars 2007). De fait, le contexte psychosociologique interpelle les facteurs qui, modelant les comportements des acteurs béninois, ne les prédisposent pas à l'assurance sur la vie. Il s'agit de la conception par le béninois de la notion de la vie et de la mort, de la solidarité traditionnelle ainsi que de l'image des compagnies d'assurances.

Se prononçant sur les obstacles au développement de l'assurance vie dans la zone CIMA, Mamadou KONE, dans sa communication sur le thème "Etat des lieux de l'assurance vie dans les pays de la CIMA" lors des états généraux de l'assurance vie tenue à Douala en août 2007, a cité entre autres obstacles : la faiblesse du niveau de revenu par habitant de la zone CIMA au cours de la période 1995-2005, les préjugés d'ordre culturel, sociologique ou religieux, l'inadéquation des tables de mortalité en vigueur dans la zone CIMA et la nécessité d'une meilleure information des assurés et souscripteurs de contrats d'assurance vie.

Si les maux que nous venons de recenser jusque-là relèvent de la population assurable, d'autres par contre sont du ressort de l'Etat ainsi que des compagnies d'assurances. C'est ce que confirme cet extrait d'un magazine en ligne qui affirme : « *Les problèmes que rencontre la zone CIMA sont dus au manque d'incitation fiscale à l'épargne longue et à l'assurance-vie ; à l'insuffisance d'instruments financiers rentables et au manque de produits adaptés aux contextes rural et informel (...)* »<sup>5</sup>. En dehors de ces arguments, on retient également « (...) *La réglementation trop restrictive des placements en matière d'assurance-vie, la rigidité de la réglementation en matière de table de mortalité, (...)* ». Aux facteurs précédents que nous venons de citer s'ajoute « (...) *celui du manque d'information. [En effet], les entreprises elles-mêmes ne communiquent pas assez sur leurs produits et de plus, la zone CIMA n'offre pas une gamme assez variée d'opportunités de placements rentables et suffisantes afin d'assurer le recyclage de l'ensemble des provisions techniques que les opérations d'assurance-vie génèrent* ».

Toutefois, signalons que de nos jours, certains facteurs autrefois considérés comme étant des obstacles au développement de l'assurance vie, ne sont que de simples objections auxquelles un vendeur bien formé devrait pouvoir répondre et conclure la vente. Il s'agit

---

<sup>5</sup> Extrait de « Cima assurance : assurance Afrique-Notech Mag », [www.assurance-afrique.notech-mag.com](http://www.assurance-afrique.notech-mag.com)

entre autres, de l'existence de barrières religieuses ou culturelles, des revenus faibles et fluctuants des populations, du poids significatif de l'économie informelle, le manque de confiance entre les assurés et les assureurs, du faible niveau de bancarisation et du développement des groupes de tontines.

Cette revue de littérature, nous inspire la méthodologie développée ci-après pour la résolution de la problématique en étude.

## **II. METHODOLOGIE DE L'ETUDE**

Elle consistera en la collecte des données et à leur exploitation et analyse.

### **2.1. Collecte des données**

Parmi les trois types de collectes des données statistiques, il sera retenu dans le cadre de la présente étude, deux sources à savoir : les relevés continus et le sondage.

#### **2.1.1. Relevés continus**

Il s'agit des statistiques des assurances mobilisées sur les sites de la FANAF et de la Swiss-Re, auprès des services en charge des statistiques à la Direction des Assurances du Bénin, et auprès des services de la compagnie ARGG. De même, certaines informations ont été collectées auprès de l'Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique (INSAE). Les données collectées sont entre autres, les indicateurs comme les cotisations vie sur les cotisations non vie du marché mondial des assurances, le ratio des primes émises vie sur les primes émises non vie de quelques pays pris dans le monde et dans l'espace CIMA. La pénétration et la densité de l'assurance vie dans l'espace CIMA ont été également collectées. Les données sociales ont été recueillies à l'INSAE.

#### **2.1.2. Sondage**

Bien qu'il soit possible d'adopter la technique probabiliste dans le cadre de la présente étude, nous avons préféré opter pour un sondage non probabiliste qui donne aussi des résultats quasi identiques à la première approche. Ainsi, il a été utilisé la méthode des quotas sur la base des données fiables issues des enquêtes de l'INSAE. L'objectif poursuivi est donc de structurer l'échantillon en respectant les quotas des différentes catégories socio-professionnelles retenues à savoir : l'administration publique, l'entreprise publique et les entreprises privées. Il s'agit d'interroger les salariés de ces catégories suivant les quotas réels comme l'indique le tableau n°1 ci-après.

Tableau 1: Poids des différentes catégories socio-professionnelles

| Catégories socio-professionnelles | Poids par catégories socio-professionnelles |
|-----------------------------------|---|
| Administration Publique           | 24%   |
| Entreprise Publique               | 12%   |
| Entreprises Privées               | 64%   |

Source : INSAE

Le choix des salariés se justifie parce que l'assurance a un coût et pour y faire face, il faut disposer d'une source de revenus pérenne. Toutefois, tous les individus (enfants, jeunes, adultes ou vieux), sans distinction, sont menacés par le risque d'un décès prématuré ou celui de vivre trop longtemps, d'où la nécessité de se prémunir contre ces risques en souscrivant aux contrats d'assurance vie.

### 2.1.3. Echantillonnage

La taille de l'échantillon de la présente enquête est fixée à 250 individus des deux sexes respectant le critère d'identification de la population mère c'est-à-dire être salarié soit du secteur public soit du privé. Ce choix est effectué en respectant les poids des différentes variables du caractère "catégorie socio-professionnelle" obtenus à l'INSAE. Ces données concernent les individus actifs âgés de 15 ans et plus et pouvant justifier de revenus stables. C'est ainsi qu'à partir de ces poids, le nombre de personnes à enquêter par catégorie socio-professionnelle a été calculé. Le résultat est consigné dans le tableau n°2.

Tableau 2 : Echantillonnage

| Catégories socio-professionnelles           | Nombre d'enquêté |
|---|------------------|
| <b>Administration Publique</b>              | <b>61</b>        |
| <i>Fonctionnaires de l'Etat</i>             | 61               |
| <b>Entreprises Publiques</b>                | <b>30</b>        |
| <i>Salariés d'entreprises parapubliques</i> | 30               |
| <b>Entreprises Privées</b>                  | <b>159</b>       |
| <i>Salariés d'entreprises commerciales</i>  | 10               |
| <i>Profession libérale</i>                  | 7                |
| <i>Salariés du privé</i>                    | 142              |
| <b>TOTAL</b>                                | <b>250</b>       |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de INSAE.

### 2.1.4. Outil de collecte

Un questionnaire (annexe 4) a été conçu pour la collecte des données devant permettre de cibler les variables les plus pertinentes pour expliquer les causes du faible développement de l'assurance vie dans l'économie béninoise. Le questionnaire a permis de disposer des informations ci-après :

- des renseignements généraux sur les enquêtés : le sexe, l'âge, la situation matrimoniale, le nombre d'enfants à charge, le statut professionnel, l'ancienneté dans la profession, le revenu moyen mensuel et le niveau d'études;
- des informations sur les compagnies d'assurances vie relatives au degré de connaissance desdites compagnies, de leurs images, des services qu'elles offrent c'est-à-dire les produits vie, de l'utilité sociale de ces services et des circonstances dans lesquelles les enquêtés ont fait la connaissance de ces compagnies vie ;
- des informations relatives aux contrats d'assurance vie, le type de contrat, les motivations ou raisons de la souscription et la satisfaction de la prestation de l'assureur ;
- de l'obligation d'informations en cours de contrat qui pèse sur l'assureur vie et les sources de désaccord avec le client ;
- des produits concurrents comme les tontines traditionnelles ;
- d'autres freins à la souscription comme des engagements financiers.

Le questionnaire est pré-codé pour faciliter l'exploitation informatique des données.

### **2.1.5. Opération d'enquête**

La collecte des informations a été réalisée dans des structures identifiées où les personnes enquêtées sont des salariés donc disposant des revenus stables. Dans la plupart de ces structures, l'aide d'un point focal, qui n'est rien d'autre qu'une personne que nous connaissons, a été sollicitée afin de faciliter la distribution puis le regroupement des questionnaires remplis au sein des entités enquêtées. Les autres structures où nous ne disposons pas de point focal, c'est l'aide des autorités des entreprises qui a été sollicitée, souvent le chef du personnel jouant le rôle de facilitateur pour la collecte.

Le support de collecte est un questionnaire très léger qui a été expliqué question par question aux points focaux engagés pour l'opération. Après cette étape, les questionnaires ont été distribués à chacun d'eux selon des quotas prédéfinis pour recueillir les renseignements.

Dans l'ensemble, la collecte s'est déroulée dans de bonnes conditions. Cependant, certaines difficultés ont été rencontrées par les points focaux pour rassembler les questionnaires remplis. Mais ces quelques problèmes ont été vite surmontés en procédant à la substitution de certaines structures par d'autres et en révisant à la baisse la taille de l'échantillon initialement fixé à trois cents (300), à deux cent cinquante (250).

## 2.2. Exploitation et analyse des données

### 2.2.1. Traitement manuel

Les questions remplies dont la plupart sont déjà pré-codées sont codifiées afin de faciliter la saisie des informations.

### 2.2.2. Traitement informatique

Une maquette de saisie des données a été conçue grâce au logiciel Microsoft Office Access 2007. Cette maquette de saisie suit le plan du questionnaire afin de faciliter la saisie des différentes variables dudit questionnaire. L'impression de l'écran ci-après illustre la structure de cette maquette (figure n°2).

Figure 2: Maquette de dépouillement des informations de l'enquête

« Problématique du développement de l'assurance vie dans l'Economie Béninoise »

N°:

**I. IDENTIFICATION**

I1: Sexe:

I2: Age:

I3: Situation matrimoniale:

I4: Nbre d'enfants à charge:

I5: Statut professionnel:

I6: Ancienneté dans la profession:

I7: Revenu mensuel moyen:

I8: Niveau d'études:

**II. INFORMATIONS SUR LA COMPAGNIE D'ASSURANCE**

### 2.2.3. Saisie et apurement des données

La saisie des informations du questionnaire recueillies et codifiées a été faite au fur et à mesure, par nous-même. Ensuite, il a été procédé à l'apurement des données afin de corriger les erreurs de saisie enregistrées. La base de données ainsi constituée a été traitée à l'aide de Microsoft Excel 2007.

#### **2.2.4. Transfert des données**

Bien qu'il soit possible de réaliser des requêtes dans Microsoft Office Access 2007 pour le traitement automatique des données issues de l'enquête, nous avons préféré exporter dans Microsoft Office Excel 2007 la base de données. Ce transfert de données permet de faire ressortir facilement les tableaux pertinents et ce, à l'aide des tableaux croisés dynamiques.

#### **2.2.5. Analyse des données**

Les données du relevé continu et celles issues des enquêtes seront analysées à partir des tableaux statistiques, des graphiques, des indicateurs de tendances centrales étudiés dans le cours de Statistique et autres ratios spécifiques au secteur des assurances.

Connaissant maintenant la démarche à suivre pour traiter la problématique, nous allons aborder à présent les facteurs explicatifs de la faible pénétration de l'assurance vie dans l'économie béninoise.

---

## CHAPITRE II : FACTEURS EXPLICATIFS DU FAIBLE NIVEAU DE DEVELOPPEMENT DE L'ASSURANCE VIE DANS L'ECONOMIE BENINOISE

---

Ces facteurs explicatifs passeront par l'étude des tendances récentes de l'assurance vie au Bénin, par l'analyse des résultats de l'enquête et par les principaux axes de réformes préconisées dans le but de promouvoir l'assurance vie.

### I. TENDANCES RECENTES DE L'ASSURANCE VIE AU BENIN

L'objectif visé dans cette partie est de mesurer le niveau de pénétration de l'assurance vie au Bénin. Aussi, ces tendances sont-elles constituées des réalisations chiffrées du marché depuis sa libéralisation ainsi que des principaux indicateurs socio-économiques. Mais avant cela, examinons les acteurs du marché.

#### 1.1. Acteurs du marché

Les principaux acteurs du marché de l'assurance sont les compagnies d'assurances et les intermédiaires d'assurances.

A ce jour, six (6) sociétés d'assurance vie et de capitalisation exercent dans la branche vie, huit (8) sociétés dommages exploitent la branche IARDT dont une compagnie d'assurance mutuelle agricole. La configuration actuelle du marché d'assurance, par ordre de dates d'agrément est résumée dans le tableau n°11 en annexe 2.

Le marché béninois de l'assurance compte aujourd'hui, quatorze ans après sa libéralisation, trois types d'intermédiaires d'assurances qui constituent des maillons importants de la chaîne des animateurs du marché. Il s'agit : des courtiers, des agents généraux, et des agents commerciaux personnes physiques.

Les courtiers ou sociétés de courtage sont des commerçants. Ils sont des conseillers des assurés qu'ils représentent auprès des compagnies d'assurances. A ce jour, on compte quatorze (14) sociétés de courtage dont la liste est dressée dans le tableau n°12 en annexe 2. D'autres requêtes d'agrément sont en cours d'instruction.

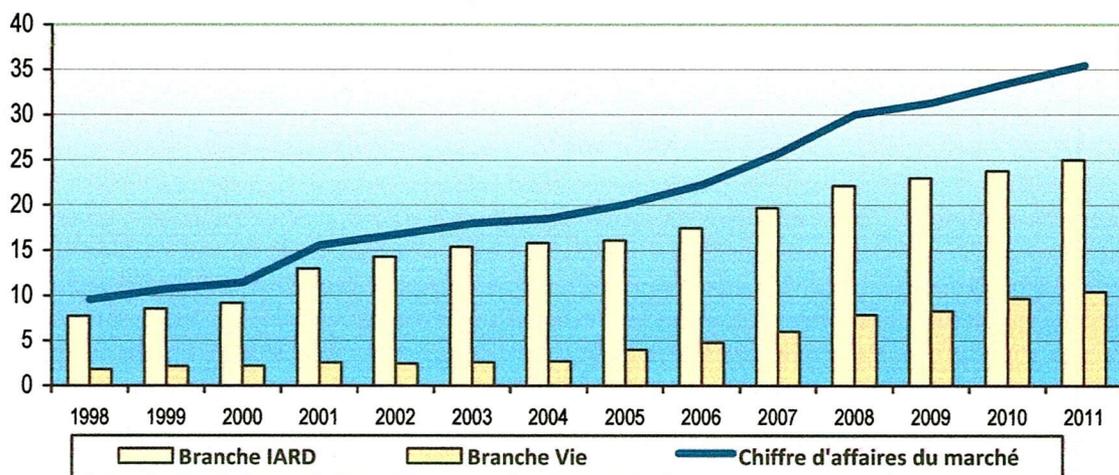
Les agents généraux quant à eux, représentent les compagnies qui les ont mandatés. Ils sont environ une centaine et répartis sur tout le territoire national. En ce qui concerne les agents commerciaux personnes physiques, ils sont les plus nombreux. Ils travaillent aussi bien directement avec les compagnies d'assurances qu'avec les deux autres

catégories d'intermédiaires.

## 1.2. Réalisations chiffrées du marché depuis sa libéralisation

Pendant près de deux décennies (1974 - 1992), la SONAR, société d'Etat, a exercé un monopole sur le secteur des assurances au Bénin. Suite à l'adoption de la loi 92-029 du 26 août 1992 relative à la libéralisation de l'activité d'assurance, le Gouvernement du Bénin s'est engagé dans un processus de réforme du secteur de l'assurance qui a abouti à sa libéralisation complète en mars 1998. Depuis lors, le marché béninois ne cesse d'enregistrer à la fin de chaque exercice une évolution graduelle de son chiffre d'affaires (vie et non vie) comme l'illustre le graphique n°2 dont les données sont consignées dans le tableau n°3 ci-après).

**Graphique 2: Evolution comparée du chiffre d'affaires des branches IARDT, Vie et de l'ensemble du marché des assurances au Bénin (en milliards de FCFA)**



Cette performance est essentiellement due à un apport prépondérant de la branche non vie en termes de chiffre d'affaires sur le marché. La contribution de la branche non vie au chiffre d'affaires fait plus de trois fois celle de la branche vie et capitalisation (voir le graphique n°2). Cette situation, caractéristique des pays de la zone CIMA, est contraire à la tendance généralement observée au niveau des statistiques par continent dans le secteur des Assurances (voir tableau n°13 annexe 2) où, la production de la branche vie domine celle de la branche non vie.

De plus, en rapportant le chiffre d'affaires de la branche vie à celui de l'ensemble du marché, nous constatons que le poids de la branche vie demeure encore faible, la moyenne calculée sur la période de 1998 à 2011 se situe à 21% contre 79% pour la branche IARDT (voir le tableau n°3). Ces chiffres traduisent l'effort considérable à fournir par les assureurs

vie pour inverser cette tendance.

**Tableau 3 : Evolution comparée du ratio de Développement de l'Assurance Vie au Bénin et du poids de la branche vie dans la production du marché de 1998 à 2011**

| Années         | Primes d'assurance (en milliards FCFA) |       |        | Poids par branche (%) |           | Ratio en % ( Primes émises assurance vie sur primes émises assurance non-vie) |
|----------------|--|-------|--------|-----------------------|-----------|---|
|                | IARDT                                  | Vie   | Marché | IARDT                 | Vie       |   |
| 1998           | 7,75                                   | 1,82  | 9,57   | 81                    | 19        | 24  |
| 1999           | 8,56                                   | 2,17  | 10,73  | 80                    | 20        | 25  |
| 2000           | 9,20                                   | 2,23  | 11,43  | 81                    | 19        | 24  |
| 2001           | 13,01                                  | 2,56  | 15,57  | 84                    | 16        | 20  |
| 2002           | 14,32                                  | 2,44  | 16,76  | 85                    | 15        | 17  |
| 2003           | 15,39                                  | 2,61  | 18,00  | 86                    | 14        | 17  |
| 2004           | 15,82                                  | 2,71  | 18,53  | 85                    | 15        | 17  |
| 2005           | 16,10                                  | 3,99  | 20,09  | 80                    | 20        | 25  |
| 2006           | 17,47                                  | 4,78  | 22,25  | 79                    | 21        | 27  |
| 2007           | 19,69                                  | 6,03  | 25,72  | 77                    | 23        | 31  |
| 2008           | 22,15                                  | 7,86  | 30,01  | 74                    | 26        | 36  |
| 2009           | 22,98                                  | 8,32  | 31,30  | 73                    | 27        | 36  |
| 2010           | 23,78                                  | 9,69  | 33,48  | 71                    | 29        | 41  |
| 2011           | 25,00                                  | 10,45 | 35,45  | 71                    | 29        | 42  |
| <b>Moyenne</b> |  |       |        | <b>79</b>             | <b>21</b> | <b>27</b>   |

Source : Direction des Assurances

Dans le même registre, le ratio des primes émises assurance vie sur les primes émises assurance non-vie mesure le degré de développement des opérations d'assurance dans un marché. Plus ce ratio est élevé, plus le marché de l'assurance est réputé développé. Il se trouve donc qu'il existe une forte corrélation entre le niveau de développement du marché de l'assurance et le développement de l'assurance vie. Calculé depuis la libéralisation du secteur au Bénin, la moyenne dudit ratio se situe à 27% (voir tableau n°3 ci-dessus). Ce même ratio calculé pour les autres pays de l'espace CIMA de 2006 à 2010 donne un taux qui oscille entre 21% et 30% (voir tableau n°15 en annexe 2). Ce qui confirme le faible développement de l'assurance vie dans tout l'espace CIMA. Lorsqu'on compare ces taux avec ceux réalisés dans certains pays du monde, ils paraissent très insignifiants. En effet, le ratio primes émises assurance vie sur primes émises assurance non-vie est estimé en 2010 à 427% pour l'Afrique du Sud (1<sup>er</sup> rang au plan africain pour la production vie). Le Taiwan a réalisé en 2010 la meilleure performance mondiale avec un taux de 511% (voir tableau n°14 en annexe 2).

Au total, au regard de ces performances, nous constatons que le marché national de l'assurance a accusé un retard considérable en matière de développement de l'assurance vie ou du moins, amorce un développement relativement lent.

### 1.3. Principaux indicateurs socio-économiques

Pour apprécier la contribution de l'assurance à l'économie nationale, deux indicateurs ont été utilisés, le taux de pénétration de l'assurance vie et la densité de l'assurance vie.

#### 1.3.1. Taux de pénétration de l'assurance vie

La pénétration est définie comme la part de la prime vie émise dans le Produit Intérieur Brut (PIB) national. C'est un indicateur qui mesure la contribution de l'assurance vie dans l'économie nationale. Calculé sur la période de 1998 à 2011 cet indicateur demeure encore insignifiant. La moyenne de ce taux sur la période est de 0,19% (voir le tableau n°4 ci-dessous).

En comparant ce taux avec celui réalisé par les autres pays de la zone CIMA, nous constatons que le Bénin devance certains pays. En effet, ce ratio calculé de 2004 à 2010 pour les pays de la CIMA, oscille entre 0,15% et 0,25% (voir tableau n°16 en annexe 2).

Ces taux apparaissent encore très faibles comparés aux performances réalisées par certains pays développés. En effet en 2010, l'Afrique du Sud détient la meilleure performance pour l'Afrique avec un taux de pénétration de l'assurance vie de 12%. Avec 15,4%, le Taiwan réalise le taux de pénétration le plus élevé du monde (voir tableau n°14 en annexe 2).

**Tableau 4 : Evolution du taux de pénétration et de la densité de l'assurance vie au Bénin de 1998 à 2011**

| Années         | Primes d'assurance Vie (en milliards FCFA) | Valeur du PIB à prix courant (en milliards FCFA) | Taux de pénétration de l'assurance Vie (%) | Effectif de la population (en milliards FCFA) | Densité de l'assurance Vie (en FCFA) |
|----------------|--|--|--|---|--------------------------------------|
| 1998           | 1,820                                      | 1 532,409  | 0,12                                       | 0,007   | 270                                  |
| 1999           | 2,171                                      | 1 532,409  | 0,14                                       | 0,007   | 321                                  |
| 2000           | 2,228                                      | 1 679,639  | 0,13                                       | 0,007   | 330                                  |
| 2001           | 2,560                                      | 1 832,061  | 0,14                                       | 0,007   | 391                                  |
| 2002           | 2,444                                      | 1 956,904  | 0,12                                       | 0,007   | 361                                  |
| 2003           | 2,608                                      | 2 067,463  | 0,13                                       | 0,007   | 373                                  |
| 2004           | 2,712                                      | 2 140,013  | 0,13                                       | 0,007   | 376                                  |
| 2005           | 3,990                                      | 2 298,715  | 0,17                                       | 0,007   | 535                                  |
| 2006           | 4,777                                      | 2 460,200  | 0,19                                       | 0,008   | 621                                  |
| 2007           | 6,031                                      | 2 641,700  | 0,23                                       | 0,008   | 770                                  |
| 2008           | 7,863                                      | 2 991,500  | 0,26                                       | 0,008   | 948                                  |
| 2009           | 8,317                                      | 3 115,930  | 0,27                                       | 0,008   | 979                                  |
| 2010           | 9,694                                      | 3 279,630  | 0,30                                       | 0,009   | 1104                                 |
| 2011           | 10,445                                     | 3 443,470  | 0,30                                       | 0,009   | 1174                                 |
| <b>Moyenne</b> |  |  | <b>0,19</b>                                |   | <b>611</b>                           |

Source : INSAE pour le PIB et Direction des Assurances pour le chiffre d'affaires en assurance.

### **1.3.2. Densité de l'assurance**

La densité de l'assurance vie est définie comme la prime moyenne d'assurance vie par habitant. C'est un indicateur qui donne une idée sur la prime d'assurance par tête. L'évolution des cotisations vie par tête calculée sur la période 1998 à 2011, donne une moyenne qui s'établit à 611 FCFA, justifiant le constat déjà effectué et qui est relatif au faible niveau de développement du marché béninois de l'assurance vie. Ce ratio calculé de 2004 à 2010 pour les pays de l'espace CIMA montre que la moyenne varie entre 817 FCFA et 1635 FCFA (voir tableau n°17 en annexe 2). A contrario, ce ratio est très élevé dans certains pays pris dans le monde comme l'illustre le tableau n°14 en annexe 2.

A la lumière de ces indicateurs, le secteur de l'assurance vie enregistre certes une tendance à la hausse, mais comparé aux pays développés, il accuse un retard notable tant au niveau du développement du marché de l'assurance vie, du taux de pénétration qu'au niveau de la densité. Contrairement aux pays occidentaux, la branche vie au Bénin demeure encore faible dans la structure du chiffre d'affaires des compagnies d'assurances. En effet, de 1998 à ce jour, la branche vie ne représente qu'en moyenne 21% de la part du marché en termes de chiffre d'affaires. Cette faible contribution est l'expression manifeste de son faible niveau de développement.

Les résultats issus de l'enquête devraient permettre d'identifier les principales variables explicatives de cette situation peu reluisante de la branche vie au Bénin. Ils permettront également de formuler des approches de solutions qui devraient permettre d'accélérer la croissance du chiffre d'affaires de cette branche et d'accroître la notoriété des produits de cette branche.

## **II. ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE**

L'analyse des résultats de l'enquête se fera globalement par rapport à l'ensemble des compagnies vie du marché. Néanmoins, il sera mis en exergue quelques particularités sur les observations portant sur la compagnie ARGG. Cette démarche vise à mettre un accent particulier sur l'opinion des enquêtés sur la première structure de stage.

L'échantillon des 250 salariés enquêtés est composé de 35% de femmes et de 65% d'hommes (voir le tableau n°18 en annexe 3). Cette structuration est obtenue a posteriori et ne veut nullement signifier que les hommes sont plus concernés que les femmes.

## 2.1. Degré de souscription d'une police d'assurance vie

Sur l'échantillon des 250 enquêtés, 27% de ces personnes ont souscrit une police d'assurance vie alors que 73% ne sont pas assurés en vie comme l'illustre le tableau n°5. En raison de la forte proportion (73%) des salariés qui demeurent encore non assurés, l'on peut sans risque de se tromper interpeller : la stratégie de communication des compagnies vie, la notoriété des produits de la branche vie, l'attrait des produits et leurs adaptations au contexte socioéconomique du pays et la diversification des canaux de distribution des produits vie.

Tableau 5: Répartition des enquêtés ayant souscrit un contrat vie

| Sexe         | Effectif  |            |               | Pourcentage |            |               |
|--------------|-----------|------------|---------------|-------------|------------|---------------|
|              | OUI       | NON        | Total général | OUI         | NON        | Total général |
| Féminin      | 24        | 63         | 87            | 10%         | 25%        | 35%           |
| Masculin     | 42        | 121        | 163           | 17%         | 48%        | 65%           |
| <b>Total</b> | <b>66</b> | <b>184</b> | <b>250</b>    | <b>27%</b>  | <b>73%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

En outre, il est noté que 17% des salariés ayant souscrit un contrat d'assurance vie sont des hommes contre 10% pour les femmes. Ce rapport interpelle également la politique commerciale des compagnies vie exerçant au Bénin. Il semble indiquer que les produits actuellement disponibles ne maximisent pas encore la fonction d'utilité de la plupart des femmes. Par conséquent, l'innovation est attendue par des produits qui répondent pleinement aux attentes des femmes au vu des lourdes responsabilités qu'elles assument dans les économies africaines en général, et dans l'économie béninoise en particulier.

A la lumière des données collectées auprès des enquêtés, les motivations à la souscription d'un contrat vie sont variées. Les principaux motifs avancés par les souscripteurs sont : préparer sa retraite (62%), financer un projet particulier (29%), solliciter un prêt à la banque (17%), transmettre un patrimoine aux proches (15%), assurer un complément de revenus (8%), épargner en toute sécurité (5%), et profiter des avantages fiscaux de l'assurance vie (5%). Parfois, grâce à la stratégie offensive des agents commerciaux, certains enquêtés (6%) ont déclaré avoir souscrit sans avoir une raison particulière. (voir tableau n°20 en annexe 3).

En ce qui concerne les types de contrats souscrits, les contrats « Epargne pure » sont en tête avec 36%, suivi par les contrats « Mixte » (35%) et par les contrats « En cas de

vie » (21%). Les autres types de produit ont très peu de souscripteurs (voir tableau n°21, annexe 3).

## **2.2. Satisfaction des souscripteurs par rapport aux prestations de l'assureur**

L'analyse du degré de satisfaction des 66 enquêtés ayant déclaré avoir souscrit une police d'assurance vie, nous indique que 43% de ces personnes sont en partie satisfaites, 36% ne sont pas du tout satisfaites, contre 21% s'étant déclarées satisfaites. (voir tableau n°22 en annexe 3). La proportion des assurés insatisfaits ou peu satisfaits étant importante (79%), il n'est donc point surprenant que des assureurs ne jouissent pas d'une bonne réputation au sein de la population. La prestation de services des compagnies d'assurances n'est pas irréprochable et appelle par la même occasion, une adaptation de la philosophie du cadre légal et des produits pour rendre ce secteur plus utile à tous les citoyens et à l'économie nationale.

## **2.3. Profil socioéconomique des assurés enquêtés**

L'analyse du profil socioéconomique des assurés a été menée en considérant les variables ci-après : âge, situation matrimoniale, nombre d'enfants à charge, ancienneté dans la profession, le revenu mensuel et le niveau d'étude. Les résultats issus de l'enquête permettent de dégager les tendances ci-après :

- 96% des personnes ayant souscrit un contrat vie ont un âge compris entre 25 et 55 ans ;
- les mariés ont plus souscrit un contrat vie que les célibataires et les veufs. En effet, 70% des mariés sont assurés contre 15% pour les personnes en union libre, 14% pour les célibataires et 1% pour les veufs.
- les enquêtés ayant moins de cinq (5) enfants à charge sont les plus dominants parmi les assurés. Ils représentent en moyenne 62%.
- les salariés des entreprises privées (53%) ont plus souscrit les produits d'assurance vie par rapport aux salariés de l'administration publique (47%) ;
- les assurés les plus concernés par les produits vie (94%) sont ceux qui ont une ancienneté comprise entre 1 et 18 ans.
- Les assurés dont les revenus moyens mensuels sont compris entre 50 000 et 300 000 FCFA (87%) souscrivent le plus aux produits vie alors ceux dont les revenus sont inférieurs à 50 000 FCFA et supérieurs à 300 000 FCFA (13%) souscrivent très peu.
- 70% des assurés ont un niveau d'étude supérieur au baccalauréat. (voir tableau n°23 en annexe 3).

Ces résultats montrent bien qu'il existe une corrélation entre le niveau de revenu, la situation matrimoniale, le nombre d'enfants à charge, le niveau d'instruction et la souscription d'un contrat vie. En effet, il est observé que plus le revenu est élevé jusqu'à un certain seuil, plus l'individu a une propension à s'assurer. Il en est de même lorsque le niveau d'étude est élevé ou lorsque le nombre d'enfants à charge s'accroît.

#### **2.4. Respect de l'obligation d'informations annuelles des assurés**

L'obligation d'informations annuelles consiste à porter à la connaissance des assurés, conformément aux dispositions de l'article 75 du code CIMA, modifié par le Règlement n°00001/CIMA/PCMA/CE/SG/CIMA/2009, les informations relatives au : montant de la valeur de rachat, montant de la valeur de réduction, montant des capitaux garantis, taux d'intérêt minimum garantis, taux moyen de rendement des placements de l'assureur, taux d'intérêt correspondant au montant affecté aux provisions mathématiques du contrat provenant directement de la participation aux bénéfices de l'exercice écoulé ou des reprises de provisions pour participation aux excédents ainsi que la prime du contrat.

L'assureur doit préciser en termes précis et clairs dans cette communication ce que signifient les opérations de rachat et de réduction et quelles sont leurs conséquences légales et contractuelles.

Il nous a été donné de constater que 59% des enquêtés ayant souscrit un contrat d'assurance vie ont déclaré ne « jamais » recevoir des informations annuelles concernant leurs contrats, 30% ont déclaré les recevoir « parfois » et 11% ont répondu par l'affirmative (voir tableau n°24, annexe 3).

Le non-respect de cette exigence par les compagnies d'assurances ne garantit pas le renforcement de la transparence et la lisibilité des contrats, car son respect pourrait contribuer à l'amélioration de l'image de l'assureur auprès du public et à faciliter la comparabilité des contrats, afin d'éclairer le choix des assurables. Ce qui permettra aux assureurs vie de se mettre à l'abri des interprétations abusives dépourvues d'originalité.

## 2.5. Produits concurrents

### 2.5.1. Impact des tontines traditionnelles sur la souscription des contrats

Les tontines traditionnelles telles que pratiquées au Bénin peuvent se définir comme étant des groupes de petite taille (généralement allant de 6 à 12 ou 24 personnes au maximum) constitués de personnes, à adhésion individuelle et volontaire, en vue d'organiser un système d'entraide populaire d'épargne ou de crédit. Ces regroupements sont souvent d'ordre familial, régional, socioprofessionnel, amical, linguistique. L'objectif principal de ces tontines est de procurer des ressources financières à tout membre du groupe à partir des cotisations apportées par chacun d'eux sur la base d'une périodicité fixée à l'avance. Il s'agit d'une répartition des sommes collectées sans aucune promesse ferme à l'avance sur les sommes à verser.

Sur la base de l'échantillon des 250 salariés enquêtés, 143 personnes soit 57% de cette population sont membres d'une tontine traditionnelle. Les résultats sont synthétisés dans le tableau n°6.

Tableau 6: Les enquêtés appartenant à un groupe de tontine

|              | Effectif  |            |               | Pourcentage |            |               |
|--------------|-----------|------------|---------------|-------------|------------|---------------|
|              | Féminin   | Masculin   | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Non          | 33        | 74         | 107           | 13%         | 30%        | 43%           |
| Oui          | 54        | 89         | 143           | 22%         | 35%        | 57%           |
| <b>Total</b> | <b>87</b> | <b>163</b> | <b>250</b>    | <b>35%</b>  | <b>65%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

L'analyse de la population ayant adhéré à un groupe de tontine traditionnelle indique que 69% des montants mensuels cotisés sont compris entre moins de 20 000 à 40 000 FCFA. (voir tableau n°25 en annexe 3).

Dans le même registre, les résultats ont révélé que 95% de la durée maximale des cotisations au sein de ces groupes de tontine est concentrée entre les tranches « inférieur à un an » et de « 1 à 2 ans ». Le détail est consigné dans le tableau n°7.

**Tableau 7: Durée des cotisations au sein des groupes de tontines**

| Durée        | Effectif  |           |               | Pourcentage |            |               |
|--------------|-----------|-----------|---------------|-------------|------------|---------------|
|              | Féminin   | Masculin  | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| < 1 an       | 30        | 47        | 77            | 21%         | 33%        | 54%           |
| 1 à 2 ans    | 21        | 37        | 58            | 15%         | 26%        | 41%           |
| 2 à 5 ans    | 3         | 2         | 5             | 2%          | 1%         | 3%            |
| > 5 ans      |           | 3         | 3             | 0%          | 2%         | 2%            |
| <b>Total</b> | <b>54</b> | <b>89</b> | <b>143</b>    | <b>38%</b>  | <b>62%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

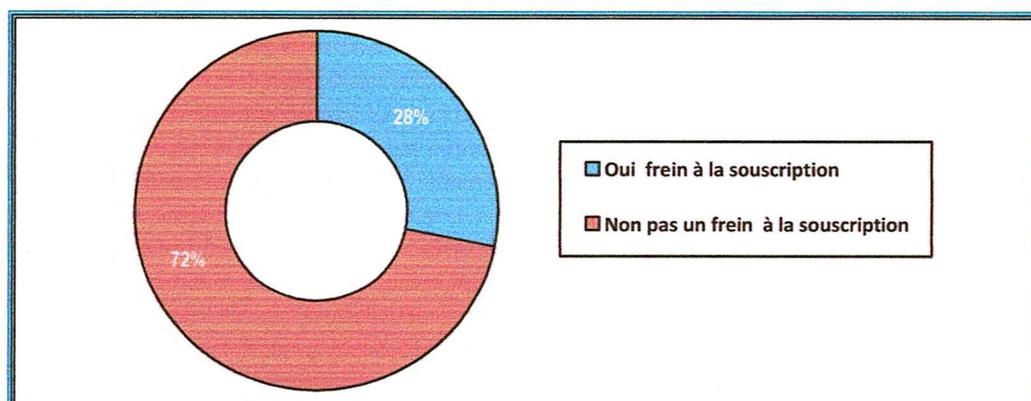
Le mode de fonctionnement des groupes de tontines traditionnelles est proche de celui observé au niveau des assurances vie classiques et s'inscrit naturellement dans le respect des traditions et des spécificités socioéconomiques de ses membres. Ces groupes de tontines traditionnelles présentent l'avantage de proposer un cadre dans lequel les membres retrouvent la confiance qu'ils n'accordent plus aux assureurs classiques : C'est ce qui fait la force et la solidarité de ces groupes.

A la lumière de notre analyse, nous pouvons retenir que les groupes de tontines traditionnelles constituent un obstacle au développement de l'assurance vie au Bénin.

### 2.5.2. Impact des engagements financiers sur la souscription

Sur les 250 enquêtés, 36% ont déclaré avoir un engagement financier auprès d'autres institutions financières alors que 64% sont restés sans engagement financier. En affinant l'analyse, 28% des enquêtés ont estimé que cet engagement constitue pour eux la principale raison de la non souscription aux produits d'assurance vie, tandis que 72% en pensent le contraire. Le graphique n°3 ci-après illustre les différentes proportions.

Graphique 3: Proportion des enquêtés ayant estimé que les engagements financiers constituent un frein à la souscription à l'assurance

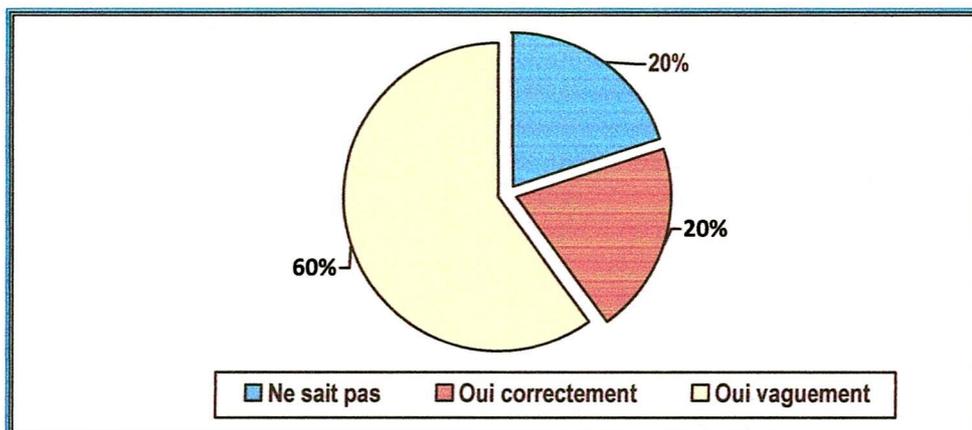


Les différents engagements pris par les prospects que ce soit au niveau des institutions bancaires ou de microfinance impactent la souscription des contrats vie.

## 2.6. Perception et utilité des produits d'assurance par les consommateurs

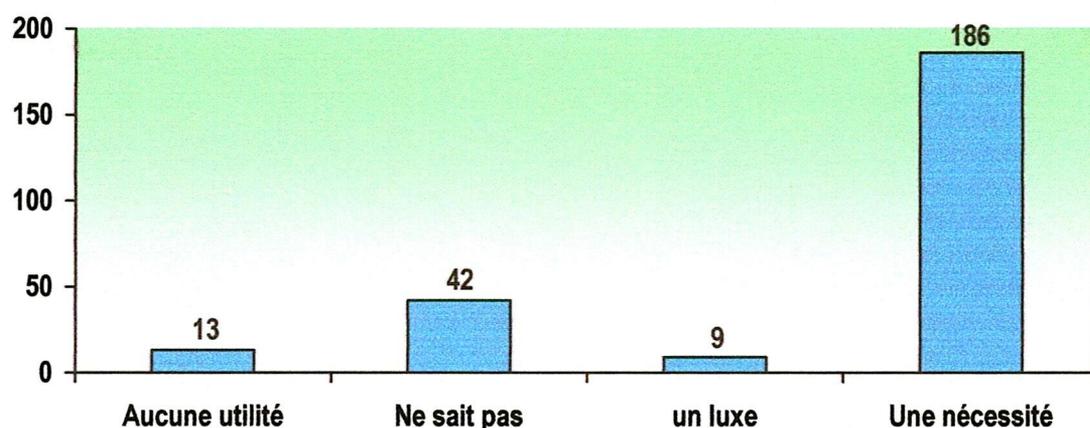
A la question de savoir si les enquêtés ont une connaissance des services qu'offrent les assureurs vie du marché à travers toute la gamme de produits d'assurance conçus pour la satisfaction de leurs besoins, 60% des enquêtés de l'échantillon ont répondu en avoir une idée « vague », 20% ont déclaré « ne rien savoir » et le reste a répondu par l'affirmative. Le constat nous interroge sur la performance de la politique commerciale adoptée par les compagnies vie du marché. Le graphique n°4 illustre les différentes réponses obtenues dont les données sont consignées dans le tableau n°27 en annexe 3.

Graphique 4: Niveau de connaissance sur les services qu'offrent les assureurs vie



Quant à la perception de ces services, nul ne doute qu'il est indispensable de maîtriser les avantages d'un produit avant de se décider à l'acheter. Les résultats de l'enquête montrent que la plupart des enquêtés (74%) considèrent les produits d'assurance vie comme étant une nécessité. Dans le même temps, près de 17% déclarent ne rien savoir, 4% les considèrent comme étant un luxe tandis que 5% estiment que ces produits n'ont aucune utilité. Le graphique n°5 ci-après illustre les résultats.

Graphique 5: Perception des services des assureurs vie



Signalons que le fort taux des enquêtés (74%) ayant considéré les produits d'assurance vie comme étant une nécessité, n'est pas en harmonie avec le taux des enquêtés (27%) ayant souscrit un contrat d'assurance vie. Ce taux élevé de la perception des produits d'assurance peut être expliqué par l'action inachevée des publicités tout azimut notamment à la télévision et à la radio.

## 2.7. Appréciations subjectives des assurés sur les compagnies d'assurance vie

En ce qui concerne l'image des assureurs vie, 61% des personnes interrogées l'ont jugée « acceptable », 28% l'ont déclarée « mauvaise » et 11% l'ont jugée « bonne » (voir le tableau n°8). Ces résultats confirment que les assureurs vie ne bénéficient pas globalement d'une bonne réputation auprès du public.

Tableau 8: L'image de l'assureur vie

|              | Effectif  |            |               | Pourcentage |            |               |
|--------------|-----------|------------|---------------|-------------|------------|---------------|
|              | Féminin   | Masculin   | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Acceptable   | 56        | 98         | 154           | 22%         | 39%        | 61%           |
| Bonne        | 7         | 19         | 26            | 3%          | 8%         | 11%           |
| Mauvaise     | 24        | 46         | 70            | 10%         | 18%        | 28%           |
| <b>Total</b> | <b>87</b> | <b>163</b> | <b>250</b>    | <b>35%</b>  | <b>65%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

## 2.8. Appréciation du canal de communication des sociétés vie

A la question de savoir dans quelle circonstance le prospect a fait la connaissance de la compagnie d'assurance, les réponses obtenues sont variées. Les différents moyens de communication proposés par le questionnaire sont tous utilisés par les compagnies du marché. Signalons qu'un enquêté peut répondre à plusieurs modalités de cette question.

Ainsi, sur les 250 enquêtés de l'échantillon, 74% ont déclaré avoir fait connaissance de la compagnie d'assurance par l'entremise de la télévision, 40% par l'intermédiaire des agents commerciaux, 20% par la presse écrite, 15% à travers les prospectus, 11% lors de la promotion des ventes, 8% par l'intermédiaire de la banque et 4% par la radio. (voir tableau n°26 en annexe 3).

En recoupant ces informations avec le pourcentage des enquêtés n'ayant pas souscrit un contrat d'assurance vie (73%), nous constatons que les canaux utilisés par les compagnies n'ont pas contribué efficacement à la souscription des produits d'assurance vie.

## 2.9. Analyse du cas particulier de ARGG

Bien que les conclusions de l'analyse globale des différentes variables explicatives de la faible pénétration de l'assurance vie au Bénin restent valables pour le cas de ARRG, nous allons néanmoins faire ressortir quelques spécificités concernant cette compagnie.

En ce qui concerne le degré de souscription pour le cas particulier de ARGG, sur les 66 enquêtés ayant souscrit une police d'assurance vie, 16 personnes parmi eux ont souscrit leurs contrats à ARGG, soit 24% de cet effectif (voir tableau n°19, annexe 3).

L'analyse du degré de satisfaction montre que la tendance générale observée reste inchangée avec un taux de 50% de personnes « en partie satisfaites », suivi de 31% de personnes « non satisfaites », contre 19% de personnes s'étant déclarées « satisfaites ». Le tableau n°9 ci-dessous présente le détail des résultats obtenus.

**Tableau 9: Degré de satisfaction des assurés de ARGG enquêtés**

|              | Effectif |           |               | Pourcentage |            |               |
|--------------|----------|-----------|---------------|-------------|------------|---------------|
|              | Féminin  | Masculin  | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| En partie    | 4        | 4         | 8             | 25%         | 25%        | 50%           |
| Non          | 1        | 4         | 5             | 6%          | 25%        | 31%           |
| Oui          | 1        | 2         | 3             | 6%          | 13%        | 19%           |
| <b>Total</b> | <b>6</b> | <b>10</b> | <b>16</b>     | <b>37%</b>  | <b>63%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

De même, sur les 16 assurés en portefeuille à ARGG, 69% de ces assurés ont déclaré ne « jamais » recevoir des informations annuelles relatives à leur contrat et 31% les reçoivent « parfois ». Le tableau n°10 ci-après illustre ces résultats.

Tableau 10: Respect de l'obligation d'informations par ARGG

|              | Effectif |           |               | Pourcentage |            |               |
|--------------|----------|-----------|---------------|-------------|------------|---------------|
|              | Féminin  | Masculin  | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Jamais       | 3        | 8         | 11            | 19%         | 50%        | 69%           |
| Parfois      | 3        | 2         | 5             | 19%         | 12%        | 31%           |
| <b>Total</b> | <b>6</b> | <b>10</b> | <b>16</b>     | <b>38%</b>  | <b>62%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

## 2.10. Synthèse des causes révélées par l'enquête

L'analyse des résultats de l'enquête effectuée dans les lignes précédentes, nous a permis de cibler les variables qui expliquent le faible niveau de développement de l'assurance vie au Bénin. Elles ont pour noms :

- le manque d'attrait des produits classiques d'assurance vie ;
- l'inadaptation des produits aux besoins réels des citoyens ;
- le faible niveau de revenu de la population ;
- le faible niveau d'instruction qui impacte la souscription des contrats d'assurance vie ;
- l'essor des tontines traditionnelles et des produits des institutions bancaires et de microfinance qui font la concurrence aux produits d'assurance vie ;
- le défaut de performance de la politique de distribution des produits ;
- l'image défavorable des assureurs sur le marché ;

Au regard de l'analyse des différentes variables explicatives du faible niveau de développement de l'assurance vie au Bénin, nous pouvons affirmer que toutes les hypothèses émises sont fondées et se sont toutes justifiées. Ceci nous amène à formuler quelques propositions dans le but de promouvoir l'assurance vie au Bénin.

## III. PRINCIPAUX AXES DE REFORME PRECONISES POUR LA RELANCE DE L'ASSURANCE VIE

Au regard de ce qui précède, les principaux axes de réforme préconisés seront développés en deux points : l'adoption d'une démarche marketing et l'intégration des produits de microassurance comme une solution de développement de l'assurance vie.

### 3.1. Mise en place d'une véritable stratégie marketing

Longtemps négligé dans les compagnies vie ou cumulé avec la fonction commerciale, le marketing doit aujourd'hui reprendre sa place afin de permettre aux assureurs vie de jouer pleinement leur rôle économique. Pour y parvenir, la mise en place

d'une vraie stratégie marketing s'avère indispensable, notamment le marketing management dont le rôle doit se résumer essentiellement à l'adaptation des produits à la demande, à la politique de communication et à l'amélioration de l'image de marque et enfin à la rénovation de la politique de distribution.

### ***3.1.1. Adaptation des produits à la demande***

Les compagnies vie doivent intégrer dans la gestion de leurs produits le principe d'évaluation desdits produits. En effet, un produit d'assurance vie exige au cours de son existence, de nombreuses évaluations : il faut en effet le tarifer, en calculer au moins annuellement les provisions techniques, effectuer les simulations pour une mise à jour régulière des paramètres de tarification et de profitabilité du produit.

De plus, les compagnies doivent innover en créant des produits nouveaux répondant aux besoins réels de la population parce que la plupart des produits classiques en commercialisation sur le marché béninois sont principalement le fruit de l'héritage colonial. Ces produits historiquement sont adaptés aux populations occidentales expatriées, mais ne répondent pas aux attentes de l'essentiel de la population assurable (compte tenu de leurs caractéristiques socioéconomiques : croyances et religion, revenus, comportements microéconomiques, etc). Mais signalons qu'avant la conception de tout produit, un travail très important à savoir l'étude de marché et la maîtrise du comportement des consommateurs est obligatoire.

En revanche, la conception du produit doit prendre en compte deux paramètres : les besoins réels des populations cibles et leurs niveaux de revenus. Etayons cette partie par un exemple concret, celui de proposer un produit dénommé « MaPension » en partenariat avec un opérateur de téléphonie mobile (MTN par exemple).

**L'offre « MaPension » :** C'est un produit qui permet aux plus démunis d'épargner de façon flexible et simplifiée en vue de la retraite. Les contributions peuvent être faites sur la base journalière par l'intermédiaire du mobile money de MTN. Une seule condition particulière est attachée au contrat : une contribution minimale journalière de 300 FCFA.

**La cible visée par « MaPension » :** Ce produit est conçu pour la population à faible revenu, les artisans, les conducteurs de taxi moto, les commerçants détaillants, agriculteurs, ou toute autre personne désireuse de souscrire ledit contrat. Ces acteurs du secteur informel

au Bénin ont contribué à hauteur de 67,7%<sup>6</sup> en moyenne à la formation du PIB sur les cinq dernières années et n'ont aucune garantie de protection sociale.

**Paiement des cotisations** : le paiement des primes et la souscription des contrats seront effectués via mobile MTN. MTN dispose déjà de la technologie qu'il faut (plate-forme informatique) pour la gestion des transactions de l'argent par l'entremise du mobile dénommé "mobile money".

### ***3.1.2. Politique de communication et amélioration de l'image de marque***

Après plusieurs années de crise de confiance, le secteur est appelé à changer de discours et gagner sa crédibilité par un changement fondamental d'approche vis-à-vis des assurés. Cette politique de communication doit faire preuve de son efficacité, d'autant plus que l'assurance est une discipline basée sur la confiance mutuelle des parties contractantes. Un effort soutenu de vulgarisation contribuera à rendre la confiance aux assurés. Les technologies de l'information et de la communication sont appelés à jouer un rôle prépondérant dans la communication en assurance. On peut par exemple en collaboration avec les opérateurs de téléphonie mobile de la place, s'adresser à une cible donnée via les téléphones portables en envoyant des messages instantanés aux assurés. Pour plus d'efficacité, la communication doit privilégier les messages clairs et faciles à comprendre par toutes les classes sociales. Les campagnes de publicité doivent s'insérer dans une démarche globale. Si la performance des produits offerts, la distribution ou la qualité du service rendu ne sont pas aux niveaux requis, tout effort de communication est voué à l'échec. Le marketing des services devra mettre un accent particulier sur la trilogie : prestation fournie, agents impliqués dans l'élaboration de la prestation, contacts physiques avec le client.

Enfin, le respect des nouveaux dispositifs de la réglementation en matière de l'obligation d'informations précontractuelles et contractuelles qui pèse sur les assureurs vie, concourt au renforcement du conseil au profit des assurés et doit favoriser la communication pour l'amélioration de l'image de marque de l'assureur.

---

<sup>6</sup> Direction Générale des Affaires Economiques du Ministère des Finances et de l'Economie, Etats des lieux du secteur informel béninois : difficultés de restructuration et perspectives, juin 2012, p9.

### ***3.1.3. Rénover la politique de distribution***

La commercialisation des produits d'assurance vie doit intégrer le principe qui dit que l'assurance vie ne s'achète pas mais se vend. En effet, les canaux de distributions actuellement utilisés par les compagnies vie opérant sur le marché, peuvent constituer l'un des freins à la souscription des produits vie. Ces canaux doivent, à notre avis, être complétés pour intégrer de nouveaux canaux de distribution qui tiennent compte des réalités socio-économiques 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 suivre l'évolution de la société. Il devra se rapprocher de plus en plus des clients potentiels. Ainsi, les assureurs vie doivent définir dans leur stratégie commerciale d'autres formes de distribution de leur produit. De manière pratique, nous pensons à la distribution des produits vie via les téléphones mobiles, les institutions de microfinance, les mutuelles de santé, les coopératives et groupements agricoles, les organisations non gouvernementales, les agences de développement, les associations et tontines, les syndicats, les chaînes de distribution alimentaires, conformément aux dispositions de l'article 731 du code CIMA. Ledit article a été institué par le Règlement n°0003/CIMA/PCMA/PCE/2012 portant organisation des opérations de microassurance dans les états membres de la CIMA. Ces modes de distribution favoriseront une meilleure pénétration des assurances dans la population et engendreront la culture de l'assurance dans la nation. Cependant, l'intervention de plusieurs canaux dans la distribution des produits d'assurance vie nécessite le développement d'une réflexion marketing qui doit être en mesure de s'adapter à chaque segment de la clientèle.

Le Millenium Assurances Internationales-Vie (LMAI) de la Côte d'Ivoire a déjà montré la voie à suivre aux assureurs vie de l'espace CIMA en s'associant à Orange Côte d'Ivoire pour mettre au service de la population ivoirienne les offres de produits d'assurance vie dénommé "Prévoyance O" et "Epargne-Gagnant" pour lesquelles la souscription est possible via Orange Money.

Ainsi, la multiplication de ces canaux de distribution permettra la pénétration de l'assurance vie au sein de la population, de toucher des cibles restées auparavant difficiles à atteindre.

Toutefois, la mise en place d'une stratégie marketing ne suffira pas à elle seule à atteindre les assurables à faibles revenus, d'où la nécessité de recourir à la microassurance.

### 3.2. Intégrer la microassurance comme solution de développement de l'assurance vie

Avant d'exposer les raisons de cette recommandation, nous allons définir la notion de microassurance. Conformément aux dispositions de l'article 700 du Code CIMA,

*« la microassurance est un mécanisme d'assurance caractérisé principalement par la faiblesse des primes et/ou des capitaux assurés, par la simplicité des couvertures, des formalités de souscription, de gestion des contrats, de déclaration de sinistres et d'indemnisation des victimes.*

*La microassurance vise à protéger les personnes à faible revenu contre des risques spécifiques en contrepartie du paiement de primes ou de cotisations.*

*La souscription d'un contrat de microassurance peut être effectuée par une personne morale, une entreprise ou une communauté pour le compte de ses employés, de ses clients ou de ses membres. Elle peut également être effectuée par une personne physique ».*

La cible visée par cette définition, c'est-à-dire la population assurable qui généralement travaille dans le secteur informel ou dans le monde rural, représente au Bénin selon les statistiques de l'INSAE, 68% de la population active âgée de 15 ans et plus. Par ailleurs, les résultats de nos investigations montrent que 73% des enquêtés ne sont pas assurés. De même, les enquêtés dont le revenu moyen mensuel est inférieur à 50.000 FCFA souscrivent très peu à un contrat d'assurance (5%) et 57% des enquêtés sont membres d'une tontine. Ces observations nous amènent à suggérer l'intégration de la microassurance afin de protéger ces populations à faibles revenus contre les imprévus de la vie.

Dans la pratique, les assureurs vie pourraient proposer aux associations de tontines traditionnelles des contrats d'épargne retraite groupe ne modifiant pas leurs règles de fonctionnement interne (si chères à leurs membres). L'assureur se chargera de la mutualisation des risques de tontines, de l'encaissement et de la gestion financière d'une partie des fonds accumulés et du versement de la prestation à l'époque convenue sous forme de capital ou d'un complément de retraite.

Prenons l'exemple d'une offre dénommée "Ma Pension Plus" : il s'agit de souscrire une assurance pour un produit d'épargne retraite groupe. La cible visée par ce produit est essentiellement les groupes ou association de tontines. Le contrat "Ma Pension Plus" va

permettre aux membres de ces groupes ou tontines de se constituer un capital retraite payable après une durée de cotisation qui sera définie par un actuare en tenant compte de la rentabilité du produit (8 ans par exemple). Le montant de la prime par adhérent sera fixé compte tenu de leur nombre. La prime périodique des adhérents peut représenter un pourcentage (10% par exemple) de la somme de l'épargne qui devrait revenir à chaque membre.

De tels contrats collectifs présenteraient l'avantage de permettre aux assureurs d'élargir significativement leurs populations couvertes, tout en limitant les démarches commerciales individuelles. L'intérêt pour les groupes de tontines souscripteurs serait alors de bénéficier d'une sécurité de leur cotisation et d'une réduction du coût de l'assurance, grâce à une plus grande mutualisation des risques (compte tenu notamment de la capacité de l'assureur à mutualiser les risques de différentes tontines). Ces types de contrat contribueraient à adapter les services d'assurance à leurs clients, essentiellement à faible revenu, n'ayant pas accès à des services d'assurance vie classique.

La commercialisation du produit peut être envisagée par la voie partenariale entre les opérateurs de téléphonie mobile et les institutions de microfinance par exemple. La structure de microfinance dans ce partenariat offrira par la même occasion des crédits aux membres de ces groupes de tontines désireux de solliciter des prêts.

L'opérateur de téléphonie mobile mettra au profit des partenaires sa technologie (plateforme informatique) leur permettant de gérer de grandes bases de données.

Ce modèle de partenariat offrira aux assureurs vie l'occasion de toucher d'autres catégories d'assurés, autrefois difficiles à atteindre. Dans ce type de partenariat, l'assureur vie peut offrir d'autres produits spécifiques aux abonnés de téléphonie mobile en utilisant des technologies mobiles pour la vente et les transactions liées à l'assurance (paiement de la prime ou des prestations de l'assureur). Plusieurs avantages y sont attachés. Il s'agit de :

- la diminution des coûts de gestion (préexistence de l'infrastructure) ;
- l'accès à une plate-forme de distribution et à un marché potentiel massif ;
- la communication facilitée et efficace entre l'assureur et l'assuré ;
- l'autonomisation de la clientèle.

Au total, ces différents points préconisés participent de la recherche de solutions endogènes, indispensables au développement pérenne de l'assurance vie au Bénin, voire dans l'espace CIMA.

---

## CONCLUSION

---

Les six mois de notre stage de fin de formation, dont la moitié a été passée en entreprise (ARGG) et la seconde moitié à la Direction des Assurances, nous a été fort enrichissant. Ce temps nous a permis de nous imprégner des réalités de ces deux structures. D'un côté, c'est la course effrénée pour la réalisation des affaires en vue d'atteindre les objectifs, au prix d'enfreindre parfois à la réglementation. De l'autre côté, c'est la veille quant à la bonne application des textes en vigueur dans l'intérêt des assurés et bénéficiaires de contrats.

Notre formation a reçu une forte valeur ajoutée du fait de notre contact avec ce monde professionnel. Ces six mois de stage ont également été l'occasion pour nous, de nous pencher sur le thème : « problématique du développement de l'assurance vie dans l'économie béninoise ». Au terme de cette étude, les résultats suivants ont été obtenus :

- le niveau de développement de l'assurance vie demeure encore faible au Bénin ;
- les produits d'assurance vie ne sont pas adaptés aux contextes ruraux et informels du béninois donc pas en conformité avec les aspirations des citoyens ;
- les facteurs socioéconomiques (le faible niveau de revenu et le faible niveau d'instruction de la population) sont des obstacles au développement de l'assurance vie au Bénin ;
- les produits bancaires et les tontines traditionnelles concurrencent les produits d'assurance vie classiques ;
- l'image des assureurs du marché leur est défavorable.

A l'issue de l'analyse de ces résultats, le marché possède encore de véritables opportunités surtout le secteur informel dont l'exploitation requiert une vraie politique de changement dans l'approche de cibles visées. Aujourd'hui, plus que jamais, l'assureur doit intégrer une démarche marketing dans son approche commerciale. L'ensemble du personnel aussi bien de l'entreprise que du réseau de distribution doit être mobilisé pour atteindre cet objectif.

Par ailleurs, un effort soutenu de vulgarisation et de transparence dans la gestion des contrats contribuera à rendre la confiance aux assurés. La publicité institutionnelle doit transmettre des messages clairs et faciles à appréhender par l'ensemble des citoyens. Les

technologies de l'information et de la communication doivent constituer un nouvel outil d'information et de vulgarisation.

Les sociétés d'assurances doivent constituer les bases de données nécessaires à une adaptation de l'offre et à une tarification rationnelle, notamment dans la perspective d'une réduction des primes d'assurance compatibles avec les bourses de l'ensemble des citoyens.

Le recrutement des personnes appelées à intervenir dans le réseau de distribution, à commencer par les chefs d'équipes jusqu'au simple agent, doit se faire avec des critères d'objectivité, sans favoritisme ni népotisme. De même, les chefs d'équipes doivent recevoir une formation solide et continue pour garantir la performance de la force de vente. C'est à ce prix que le réseau de distribution pourra s'adapter à son environnement et répondre aux exigences de la clientèle. Au-delà de cette suggestion, les agents commerciaux doivent renforcer leur devoir de conseil et d'informations à l'endroit des prospects.

Au demeurant, une démarche qualité est devenue un vecteur incontestable de compétitivité. Elle doit regrouper l'ensemble du personnel autour de la satisfaction des besoins des clients, notamment le règlement diligent des prestations. Sa réussite passe par le respect des délais, la simplification des procédures de règlement des prestations, le conseil et le bon accueil. C'est à ce niveau-là que l'image de marque de l'assureur s'étoffe. D'où, la nécessité pour les sociétés d'assurances de disposer d'une ressource humaine de qualité.

Pour terminer, nous dirons que le développement de l'assurance vie au Bénin est dans la prise en charge du secteur informel et ne sera possible que par le biais de la micro-assurance. Seule, la promotion de la micro-assurance contribuera véritablement au développement de la branche vie et permettra à celle-ci de reprendre sa place de mobilisation de l'épargne sur un marché des assurances en pleine évolution.

---

## BIBLIOGRAPHIE

---

### I. OUVRAGES SPECIAUX

1. TABOUROT (J.), DANTHENY (G.), BUSSAC (F.), Assurance vie : normes et réglementation comptable, Paris, l'Argus édition, 1996, p 1581;
2. ZINSOUNON (V.), l'assurance sur la vie: quels produits pour l'Afrique?, 2004, p 125.

### II. THESE, RAPPORTS

1. Direction des Assurances du Bénin, Chiffres du Marché de l'Assurance, édition 2011;
2. Direction des Assurances du Bénin, étude sur les ruptures anticipées de contrats d'assurance sur la vie, mars 2007 ;
3. Direction Générale des Affaires Economiques du Bénin, Etats des lieux du secteur informel béninois : difficultés de restructuration et perspectives, juin 2012 ;
4. FANAF, le marché de l'assurance en Afrique (Zone FANAF), données 2006 à 2010, février 2012 ;
5. Groupe de travail Assurance du Programme des Nations Unies pour l'Environnement Initiative Financière (UNEP FI), l'assurance durable, rapport, mai 2007 ;
6. KAMEGA (A.), outils théoriques et opérationnels adaptés au contexte de l'assurance vie en Afrique subsaharienne francophone : Analyse et mesure des risques liés à la mortalité, thèse de l'Université de Lyon, 2011.
7. KONE (M. G. K.), état des lieux de l'assurance vie dans les pays de la CIMA, Douala, 2007 ;
8. Swiss-Re, l'assurance dans le monde en 2010, Sigma n°2/2011.

### III. TEXTES DE LOI

Code des assurances, nouvelle édition 2009.

### IV. COURS

1. ABEGA FOU DA (A.), Cours de marketing de l'assurance vie, IIA, MST-A, 2011 ;
2. KONE (M. G. K.), Cours d'assurance de personnes, IIA, MST-A, 2011 ;
3. KONGNE (N.), Cours d'introduction au management, IIA, MST-A, 2011 ;
4. MEBADA (C. F.), Cours de gestion commerciale d'une société d'assurance, IIA, MST-A, 2011.

### V. SITES INTERNET VISITES :

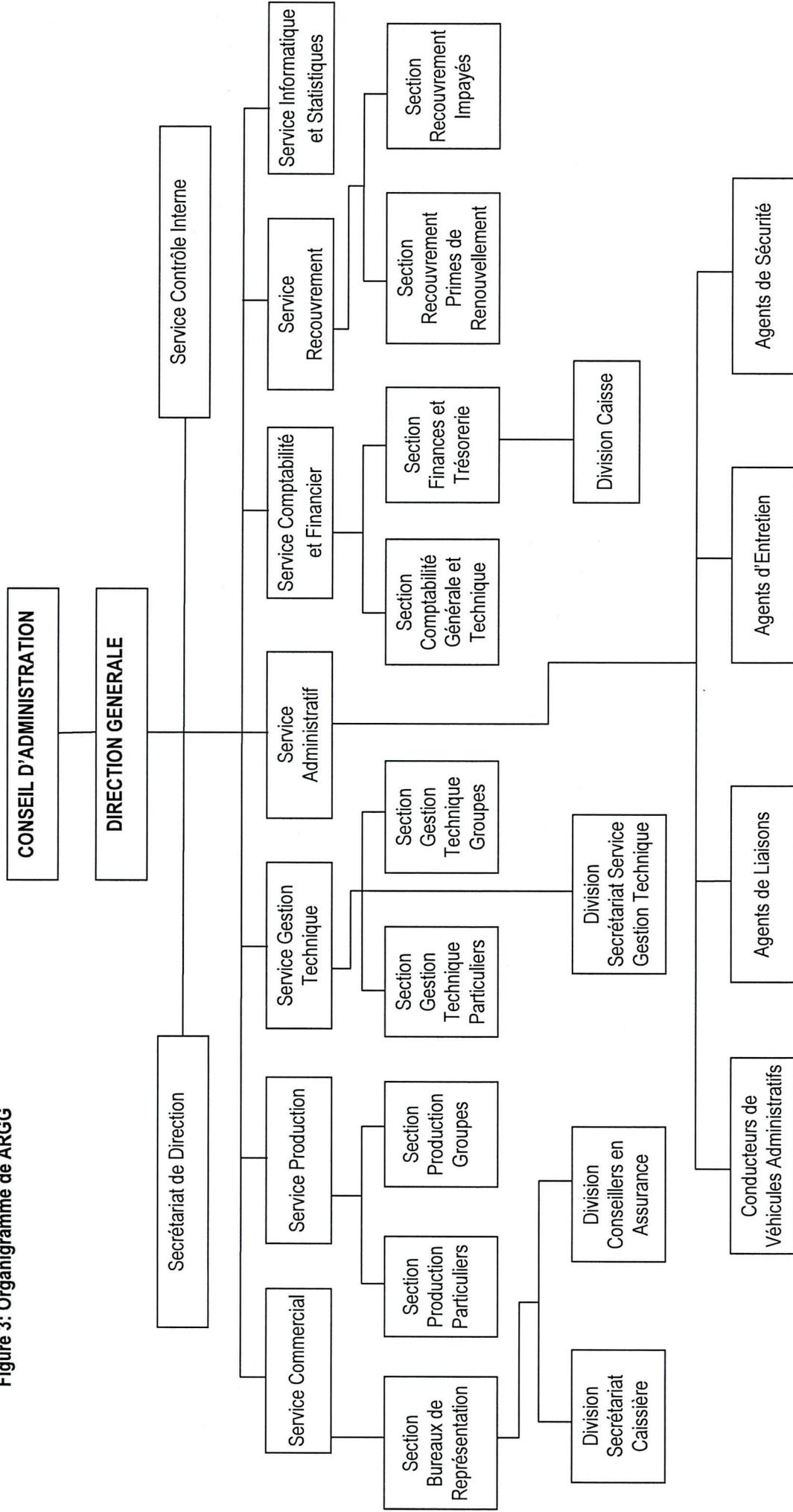
- [www.assurance-afrique.notech-mag.com](http://www.assurance-afrique.notech-mag.com);
- [www.cima-afrique.org](http://www.cima-afrique.org) ;
- [www.fanaf.org](http://www.fanaf.org) ;
- [www.ffsa.fr](http://www.ffsa.fr) ;
- [www.google.fr](http://www.google.fr);
- [www.swissre.com](http://www.swissre.com)

## ANNEXES

- ☞ *Annexe 1 : Organigramme de ARGG*
- ☞ *Annexe 2 : Données statistiques*
- ☞ *Annexe 3 : Données issues des résultats de l'enquête*
- ☞ *Annexe 4 : Questionnaire*
- ☞ *Annexe 5 : Arrêté fixant les modalités de rémunération des intermédiaires d'assurance en République du Bénin*

## Annexes 1 : Organigramme de ARGG

Figure 3: Organigramme de ARGG



## Annexes 2 : Données statistiques

Tableau 11: Les sociétés d'assurance au Bénin en 2010, par ordre d'agrément

| N° | SOCIETES        | DATE D'AGREMENT | BRANCHE              | CAPITAL SOCIAL (en millions de FCFA) |
|----|-----------------|-----------------|----------------------|--------------------------------------|
| 1  | UBA-Vie         | 17-11-1994      | Vie – Capitalisation | 1000                                 |
| 2  | ARGG            | 17-11-1994      | Vie – Capitalisation | 1000                                 |
| 3  | Colina Vie      | 01-04-1997      | Vie – Capitalisation | 1000                                 |
| 4  | L'Africaine     | 20-03-1998      | IARDT                | 1000                                 |
| 5  | NSIA Bénin      | 07-05-1998      | IARDT                | 1500                                 |
| 6  | FEDAS           | 14-05-1998      | IARDT                | 1000                                 |
| 7  | GAB             | 30-04-1999      | IARDT                | 1187,2                               |
| 8  | ALLIANZ Bénin   | 25-01-2000      | IARDT                | 1000                                 |
| 9  | Avie            | 14-12-2004      | Vie – Capitalisation | 1000                                 |
| 10 | NSIA Vie Bénin  | 10-10-2005      | Vie – Capitalisation | 1000                                 |
| 11 | L'Africaine Vie | 23-08-2007      | Vie – Capitalisation | 1000                                 |
| 12 | SAARB           | 23-08-2007      | IARDT                | 1000                                 |
| 13 | Colina-Bénin    | 08-12-2010      | IARDT                | 1000                                 |
| 14 | AMAB            | 17-06-2011      | Mutuelle agricole    | 805                                  |

Source : Direction des Assurances

Tableau 12 : Liste des courtiers et sociétés de courtages agréés au Bénin

| N° | Raison Sociale   | Forme Juridique                  | Date d'agrément | Capital social |
|----|--|----------------------------------|-----------------|----------------|
| 1  | Gras-Savoie Bénin  | SA                               | 13-11-95        | 25.000.000     |
| 2  | Société de Courtage d'Assurance et de Réassurance (SCAR)                       | SARL                             | 13-11-95        | 8.000.000      |
| 3  | Courtage en Assurance et Réassurance (A & C Bénin)                             | SA                               | 05-06-96        | 15.390.000     |
| 4  | Courtage d'Assurance et de Réassurance (CAREAS-Bénin)                          | SARL                             | 18-03-97        | 5.000.000      |
| 5  | Assurances et Réassurances Inter-Contininentales Conseils (ARIC-SA)            | SA                               | 03-10-03        | 10.000.000     |
| 6  | Conseils - Etude et Courtage en Assurance (CECA)                               | Courtier<br>Personne<br>Physique | 25-05-05        | -              |
| 7  | ARC-EN-CIEL Assurance S.A (ARECA)  | SA                               | 02-09-05        | 20.000.000     |
| 8  | Société Africaine d'Etude et de Courtage en Assurances (SAECO Assurances SARL) | SARL                             | 23-05-06        | 1.000.000      |
| 9  | ASCOMA Bénin   | SA                               | 22-10-07        | 50.000.000     |
| 10 | Azur Développement International (ADI)   | SA                               | 22-12-08        | 50.000.000     |
| 11 | Hélis COURTAGE   | SARL                             | 27-07-10        | 5 000 000      |
| 12 | AFRICA BROKER'S CIE  | SARL                             | 19-08-10        | 8 000 000      |
| 13 | ACICO -Assurances  | SARL                             | 14-03-11        | 9 000 000      |
| 14 | BENINVEST Assurances   | SARL                             | 11-01-12        | 30 000 000     |

Source : Direction des Assurances

Tableau 13 : Evolution des parts des cotisations vie du marché mondial des assurances de 2006 à 2010

| COTISATIONS<br>(en milliards<br>de \$ US) | 2006         |               | 2007         |               | 2008         |               | 2009         |               | 2010         |               |
|---|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|
|   | Total        | dont %<br>vie |
| Amérique                                  | 1 334        | 45%           | 1 428        | 46%           | 1 450        | 46%           | 1 358        | 43%           | 1 410        | 43%           |
| Europe                                    | 1 456        | 61%           | 1 765        | 63%           | 1 704        | 58%           | 1 614        | 59%           | 1 620        | 60%           |
| Asie                                      | 778          | 74%           | 812          | 73%           | 935          | 74%           | 1 014        | 74%           | 1 161        | 74%           |
| Afrique                                   | 50           | 72%           | 54           | 70%           | 53           | 69%           | 57           | 71%           | 67           | 71%           |
| Océanie                                   | 58           | 50%           | 69           | 52%           | 79           | 56%           | 66           | 48%           | 81           | 49%           |
| <b>Total Monde</b>                        | <b>3 675</b> | <b>58%</b>    | <b>4 128</b> | <b>59%</b>    | <b>4 220</b> | <b>58%</b>    | <b>4 110</b> | <b>58%</b>    | <b>4 339</b> | <b>58%</b>    |

**Source** : Etude FANAF/Février 2012 sur le thème "Le marché de l'assurance en Afrique, données 2006 à 2010"

Tableau 14: Indicateurs de développement de l'Assurance sur la Vie dans quelques pays du monde en 2010

| Pays           | Ratio des primes émises de<br>l'assurance vie sur les<br>primes émises de<br>l'assurance non-vie | Taux de pénétration de<br>l'assurance vie (en %) | Densité de l'assurance<br>(en \$US) |
|----------------|--|--|-------------------------------------|
| Taiwan         | 511%   | 15,4%  | 2756,8                              |
| Afrique du sud | 427%   | 12%  | 854,6                               |
| Japon          | 379%   | 8%   | 3472,8                              |
| Corée du sud   | 164%   | 7%   | 1454,3                              |
| France         | 221%   | 7,4%   | 2937,5                              |
| Espagne        | 84%  | 2,5%   | 752,1                               |
| Egypte         | 69%  | 0,3%   | 7,7                                 |
| Maroc          | 47%  | 0,9%   | 25,6                                |
| Kenya          | 46%  | 0,9%   | 7,2                                 |

**Source** : Swisse Re, Sigma N°2/2011

Tableau 15: Développement de l'Assurance vie dans les pays de la CIMA

| Ratio Primes émises<br>(assurance vie / assurance non-<br>vie) | 2006       | 2007       | 2008       | 2009       | 2010       |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|
| Bénin  | 27%        | 31%        | 36%        | 36%        | 41%        |
| Burkina  | 33%        | 50%        | 49%        | 43%        | 52%        |
| Cameroun   | 24%        | 26%        | 30%        | 32%        | 33%        |
| Centrafrique   | 3%         | 2%         | 2%         | 1%         | 3%         |
| Congo Brazzaville  | 0%         | 1%         | 4%         | 4%         | 11%        |
| Côte d'Ivoire  | 67%        | 68%        | 66%        | 70%        | 74%        |
| Gabon  | 16%        | 17%        | 18%        | 20%        | 17%        |
| Mali   | 12%        | 15%        | 14%        | 14%        | 21%        |
| Niger  | 11%        | 16%        | 19%        | 20%        | 18%        |
| Sénégal  | 23%        | 23%        | 36%        | 26%        | 29%        |
| Tchad  | 5%         | 5%         | 7%         | 9%         | 10%        |
| Togo   | 27%        | 29%        | 45%        | 51%        | 52%        |
| <b>Moyenne</b>   | <b>21%</b> | <b>24%</b> | <b>27%</b> | <b>27%</b> | <b>30%</b> |

**Source** : Etude FANAF/Février 2012 sur le thème "Le marché de l'assurance en Afrique, données 2006 à 2010"

Tableau 16 : Evolution du taux de pénétration de l'assurance vie des pays de la CIMA de 2004 à 2010

| PRIMES EMISES<br>(en % du PIB) | VIE          |              |              |              |              |              |              |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                | 2004         | 2005         | 2006         | 2007         | 2008         | 2009         | 2010         |
| Bénin                          | 0,13%        | 0,17%        | 0,19%        | 0,22%        | 0,26%        | 0,26%        | 0,29%        |
| Burkina                        | 0,16%        | 0,15%        | 0,16%        | 0,26%        | 0,23%        | 0,22%        | 0,29%        |
| Cameroun                       | 0,17%        | 0,18%        | 0,20%        | 0,23%        | 0,24%        | 0,27%        | 0,28%        |
| Centrafrique                   | 0,01%        | 0,01%        | 0,01%        | 0,01%        | 0,01%        | 0,00%        | 0,01%        |
| Congo Brazzaville              | 0,00%        | 0,00%        | 0,00%        | 0,01%        | 0,02%        | 0,03%        | 0,06%        |
| Côte d'Ivoire                  | 0,55%        | 0,59%        | 0,61%        | 0,64%        | 0,64%        | 0,65%        | 0,73%        |
| Gabon                          | 0,15%        | 0,13%        | 0,15%        | 0,16%        | 0,16%        | 0,23%        | 0,19%        |
| Mali                           | 0,05%        | 0,05%        | 0,06%        | 0,07%        | 0,06%        | 0,06%        | 0,09%        |
| Niger                          | 0,05%        | 0,05%        | 0,06%        | 0,09%        | 0,09%        | 0,11%        | 0,10%        |
| Sénégal                        | 0,22%        | 0,23%        | 0,25%        | 0,25%        | 0,35%        | 0,27%        | 0,31%        |
| Tchad                          | 0,01%        | 0,01%        | 0,01%        | 0,01%        | 0,01%        | 0,02%        | 0,02%        |
| Togo                           | 0,29%        | 0,29%        | 0,30%        | 0,35%        | 0,51%        | 0,54%        | 0,62%        |
| <b>Moyenne</b>                 | <b>0,15%</b> | <b>0,16%</b> | <b>0,17%</b> | <b>0,19%</b> | <b>0,22%</b> | <b>0,22%</b> | <b>0,25%</b> |

Source : Etude FANAF/Février 2012 sur le thème "Le marché de l'assurance en Afrique, données 2006 à 2010"

Tableau 17 : Evolution de la densité de l'assurance vie des pays de la CIMA de 2004 à 2010

| PRIMES EMISES par<br>habitant (en F. CFA) | VIE        |            |             |             |             |             |             |
|---|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|   | 2004       | 2005       | 2006        | 2007        | 2008        | 2009        | 2010        |
| Bénin                                     | 373        | 534        | 618         | 754         | 960         | 869         | 992         |
| Burkina                                   | 291        | 344        | 373         | 608         | 607         | 617         | 846         |
| Cameroun                                  | 842        | 890        | 1 000       | 1 181       | 1 301       | 1 415       | 1 502       |
| Centrafrique                              | 12         | 12         | 12          | 10          | 14          | 9           | 18          |
| Congo Brazzaville                         | 20         | 24         | 21          | 71          | 300         | 402         | 834         |
| Côte d'Ivoire                             | 2 508      | 2 786      | 2 998       | 2 992       | 3 213       | 3 322       | 3 724       |
| Gabon                                     | 4 276      | 4 386      | 5 510       | 6 305       | 7 088       | 8 207       | 8 232       |
| Mali                                      | 112        | 116        | 138         | 173         | 188         | 195         | 299         |
| Niger                                     | 63         | 75         | 87          | 135         | 166         | 196         | 194         |
| Sénégal                                   | 771        | 908        | 1 010       | 1 089       | 1 650       | 1 277       | 1 502       |
| Tchad                                     | 27         | 22         | 25          | 37          | 44          | 74          | 76          |
| Togo                                      | 511        | 528        | 544         | 648         | 994         | 1 191       | 1 400       |
| <b>Moyenne</b>                            | <b>817</b> | <b>885</b> | <b>1028</b> | <b>1167</b> | <b>1377</b> | <b>1481</b> | <b>1635</b> |

Source : Etude FANAF/Février 2012 sur le thème "Le marché de l'assurance en Afrique, données 2006 à 2010"

### Annexes 3 : Données issues des résultats de l'enquête

**Tableau 18: Répartition de la population enquêtée par sexe**

| Sexe         | Effectif   | Pourcentage |
|--------------|------------|-------------|
| Féminin      | 87         | 35%         |
| Masculin     | 163        | 65%         |
| <b>Total</b> | <b>250</b> | <b>100%</b> |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

**Tableau 19: Répartition par société des enquêtés ayant souscrit une police d'assurance vie**

| Sociétés        | Effectifs |          |               | Pourcentage |          |               |
|-----------------|-----------|----------|---------------|-------------|----------|---------------|
|                 | Féminin   | Masculin | Total général | Féminin     | Masculin | Total général |
| UBA-Vie         | 5         | 10       | 15            | 8%          | 15%      | 23%           |
| ARGG            | 6         | 10       | 16            | 9%          | 15%      | 24%           |
| Colina          | 6         | 16       | 22            | 9%          | 24%      | 33%           |
| AVIE            | 3         | 1        | 4             | 5%          | 1%       | 6%            |
| NSIA-Vie        | 3         | 7        | 10            | 4%          | 11%      | 15%           |
| L'Africaine vie | 3         | 3        | 6             | 4%          | 5%       | 9%            |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

**Tableau 20: Différentes motivations des souscripteurs de contrat vie**

| Motifs  | Effectif |          |               | Pourcentage |          |               |
|---|----------|----------|---------------|-------------|----------|---------------|
|   | Féminin  | Masculin | Total général | Féminin     | Masculin | Total général |
| Assurer un complément de revenus                  | 2        | 3        | 5             | 3%          | 5%       | 8%            |
| Transmettre un patrimoine aux proches             | 6        | 4        | 10            | 9%          | 6%       | 15%           |
| Placer votre argent en toute sécurité             | 2        | 1        | 3             | 3%          | 2%       | 5%            |
| Profiter des avantages fiscaux de l'assurance vie | 1        | 2        | 3             | 2%          | 3%       | 5%            |
| Préparer sa retraite                              | 15       | 26       | 41            | 23%         | 39%      | 62%           |
| Financer un projet particulier                    | 8        | 11       | 19            | 12%         | 17%      | 29%           |
| Lors d'un prêt à la banque                        | 4        | 7        | 11            | 6%          | 11%      | 17%           |
| Etre poussé à l'achat par le vendeur              | 3        | 1        | 4             | 5%          | 1%       | 6%            |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

**Tableau 21: Type de contrat souscrit par les assurés**

|                 | Effectif |          |               | Pourcentage |          |               |
|-----------------|----------|----------|---------------|-------------|----------|---------------|
|                 | Féminin  | Masculin | Total général | Féminin     | Masculin | Total général |
| En cas de vie   | 8        | 6        | 14            | 12%         | 9%       | 21%           |
| En cas de décès | 2        | 4        | 6             | 3%          | 6%       | 9%            |
| Mixte           | 5        | 18       | 23            | 8%          | 27%      | 35%           |
| Epargne pure    | 9        | 15       | 24            | 13%         | 23%      | 36%           |
| Capitalisation  | 1        | 2        | 3             | 2%          | 3%       | 5%            |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

**Tableau 22: Degré de satisfaction des assurés par rapport aux prestations des assureurs vie**

|              | Effectif  |           |               | Pourcentage |            |               |
|--------------|-----------|-----------|---------------|-------------|------------|---------------|
|              | Féminin   | Masculin  | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| En partie    | 11        | 17        | 28            | 17%         | 26%        | 43%           |
| Non          | 7         | 17        | 24            | 10%         | 26%        | 36%           |
| Oui          | 6         | 8         | 14            | 9%          | 12%        | 21%           |
| <b>Total</b> | <b>24</b> | <b>42</b> | <b>66</b>     | <b>36%</b>  | <b>64%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

**Tableau 23: Caractéristiques des enquêtés ayant souscrit à un contrat vie**

| Groupe d'âge    | Effectifs |           |               | Pourcentage |            |               |
|-----------------|-----------|-----------|---------------|-------------|------------|---------------|
|                 | Féminin   | Masculin  | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Moins de 25 ans | 1         | 1         | 2             | 2%          | 1%         | 3%            |
| 25 à 35 ans     | 11        | 19        | 30            | 17%         | 29%        | 46%           |
| 35 à 45 ans     | 8         | 14        | 22            | 12%         | 21%        | 33%           |
| 45 à 55 ans     | 3         | 8         | 11            | 5%          | 12%        | 17%           |
| 55 à 65 ans     | 1         | 1         | 1             | 1%          | 0%         | 1%            |
| <b>Total</b>    | <b>24</b> | <b>42</b> | <b>66</b>     | <b>37%</b>  | <b>63%</b> | <b>100%</b>   |

| Situation matrimoniale | Effectifs |           |               | Pourcentage |            |               |
|------------------------|-----------|-----------|---------------|-------------|------------|---------------|
|                        | Féminin   | Masculin  | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Célibataire            | 3         | 6         | 9             | 5%          | 9%         | 14%           |
| Marié(e)               | 17        | 29        | 46            | 26%         | 44%        | 70%           |
| Union libre            | 3         | 7         | 10            | 4%          | 11%        | 15%           |
| Veuf / Veuve           | 1         | 1         | 1             | 1%          | 0%         | 1%            |
| <b>Total</b>           | <b>24</b> | <b>42</b> | <b>66</b>     | <b>36%</b>  | <b>64%</b> | <b>100%</b>   |

| Nombre d'enfants à charge | Effectifs |           |               | Pourcentage |            |               |
|---------------------------|-----------|-----------|---------------|-------------|------------|---------------|
|                           | Féminin   | Masculin  | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Sans enfants              | 3         | 2         | 5             | 5%          | 3%         | 8%            |
| Moins de 2                | 7         | 11        | 18            | 10%         | 17%        | 27%           |
| Moins de 5                | 13        | 28        | 41            | 20%         | 42%        | 62%           |
| Plus de 5                 | 1         | 1         | 2             | 1%          | 2%         | 3%            |
| <b>Total</b>              | <b>24</b> | <b>42</b> | <b>66</b>     | <b>36%</b>  | <b>64%</b> | <b>100%</b>   |

| Statut professionnel            | Effectifs |           |               | Pourcentage |            |               |
|---------------------------------|-----------|-----------|---------------|-------------|------------|---------------|
|                                 | Féminin   | Masculin  | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Commerçant                      | 1         | 9         | 10            | 1%          | 14%        | 15%           |
| Fonctionnaire de l'Etat         | 7         | 8         | 15            | 11%         | 12%        | 23%           |
| Profession libérale             |           | 1         | 1             | 0%          | 2%         | 2%            |
| Salarié du privé                | 7         | 17        | 24            | 10%         | 26%        | 36%           |
| Salarié Entreprise parapublique | 9         | 7         | 16            | 14%         | 10%        | 24%           |
| <b>Total</b>                    | <b>24</b> | <b>42</b> | <b>66</b>     | <b>36%</b>  | <b>64%</b> | <b>100%</b>   |

| Ancienneté dans la profession (ans) | Féminin   | Masculin  | Total général | Féminin    | Masculin   | Total général |
|-------------------------------------|-----------|-----------|---------------|------------|------------|---------------|
| 1-6                                 | 9         | 17        | 26            | 14%        | 26%        | 40%           |
| 7-12                                | 10        | 12        | 22            | 15%        | 18%        | 33%           |
| 13-18                               | 3         | 11        | 14            | 4%         | 17%        | 21%           |
| 19-24                               |           | 2         | 2             | 0%         | 3%         | 3%            |
| 25-30                               | 2         |           | 2             | 3%         | 0%         | 3%            |
| <b>Total</b>                        | <b>24</b> | <b>42</b> | <b>66</b>     | <b>36%</b> | <b>64%</b> | <b>100%</b>   |

| Tranche de revenu moyen mensuel (FCFA) | Effectifs |           |               | Pourcentage |            |               |
|--|-----------|-----------|---------------|-------------|------------|---------------|
|  | Féminin   | Masculin  | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Moins de 50.000                        | 1         | 2         | 3             | 1%          | 3%         | 4%            |
| 50.000 à 100.000                       | 7         | 13        | 20            | 11%         | 20%        | 31%           |
| 100.000 à 200.000                      | 9         | 16        | 25            | 14%         | 24%        | 38%           |
| 200.000 à 300.000                      | 5         | 7         | 12            | 7%          | 11%        | 18%           |
| Plus de 300.000                        | 2         | 4         | 6             | 3%          | 6%         | 9%            |
| <b>Total</b>                           | <b>24</b> | <b>42</b> | <b>66</b>     | <b>36%</b>  | <b>64%</b> | <b>100%</b>   |

| Niveau d'étude des assurés | Féminin   | Masculin  | Total général | Féminin    | Masculin   | Total général |
|----------------------------|-----------|-----------|---------------|------------|------------|---------------|
| Primaire                   | 1         | 2         | 3             | 1%         | 3%         | 4%            |
| Secondaire 1er cycle       | 2         |           | 2             | 3%         | 0%         | 3%            |
| Secondaire 2nd cycle       | 5         | 10        | 15            | 8%         | 15%        | 23%           |
| Supérieur                  | 16        | 30        | 46            | 24%        | 46%        | 70%           |
| <b>Total</b>               | <b>24</b> | <b>42</b> | <b>66</b>     | <b>36%</b> | <b>64%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

**Tableau 24: Respect de l'obligation d'informations annuelles**

|              | Effectifs |           |               | Pourcentage |            |               |
|--------------|-----------|-----------|---------------|-------------|------------|---------------|
|              | Féminin   | Masculin  | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Jamais       | 12        | 27        | 39            | 18%         | 41%        | 59%           |
| Oui          | 2         | 5         | 7             | 3%          | 8%         | 11%           |
| Parfois      | 10        | 10        | 20            | 15%         | 15%        | 30%           |
| <b>Total</b> | <b>24</b> | <b>42</b> | <b>66</b>     | <b>36%</b>  | <b>64%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

**Tableau 25: Niveau des cotisations des enquêtés ayant déclaré appartenir à un groupe de tontine**

|                  | Effectif  |           |               | Pourcentage |            |               |
|------------------|-----------|-----------|---------------|-------------|------------|---------------|
|                  | Féminin   | Masculin  | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Moins de 20.000  | 15        | 26        | 41            | 11%         | 18%        | 29%           |
| 20.000 à 40.000  | 23        | 34        | 57            | 16%         | 24%        | 40%           |
| 40.000 à 60.000  | 7         | 9         | 16            | 5%          | 6%         | 11%           |
| 60.000 à 80.000  | 6         | 6         | 12            | 4%          | 4%         | 8%            |
| 80.000 à 100.000 | 1         | 3         | 4             | 1%          | 2%         | 3%            |
| Plus de 100.000  | 2         | 11        | 13            | 1%          | 8%         | 9%            |
| <b>Total</b>     | <b>54</b> | <b>89</b> | <b>143</b>    | <b>38%</b>  | <b>62%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

**Tableau 26: Moyen de communications utilisées par les compagnies vie**

|                    | Effectif |          |               | Pourcentage |          |               |
|--------------------|----------|----------|---------------|-------------|----------|---------------|
|                    | Féminin  | Masculin | Total général | Féminin     | Masculin | Total général |
| A la télévision    | 65       | 120      | 185           | 26%         | 48%      | 74%           |
| Presse écrite      | 14       | 36       | 50            | 6%          | 14%      | 20%           |
| Prospectus         | 12       | 24       | 36            | 5%          | 10%      | 15%           |
| Promotion de vente | 7        | 20       | 27            | 3%          | 8%       | 11%           |
| Agents commerciaux | 41       | 61       | 102           | 16%         | 24%      | 40%           |
| Par ma banque      | 5        | 16       | 21            | 2%          | 6%       | 8%            |
| A la radio         | 1        | 10       | 11            | 0%          | 4%       | 4%            |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

**Tableau 27: Niveau de connaissance sur les services qu'offrent les assureurs vie**

|                  | Effectif  |            |               | Pourcentage |            |               |
|------------------|-----------|------------|---------------|-------------|------------|---------------|
|                  | Féminin   | Masculin   | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Ne sait pas      | 15        | 35         | 50            | 6%          | 14%        | 20%           |
| Oui correctement | 14        | 36         | 50            | 6%          | 14%        | 20%           |
| Oui vaguement    | 58        | 92         | 150           | 23%         | 37%        | 60%           |
| <b>Total</b>     | <b>87</b> | <b>163</b> | <b>250</b>    | <b>35%</b>  | <b>65%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

**Tableau 28: Perception des services des assureurs vie**

|                | Effectif  |            |               | Pourcentage |            |               |
|----------------|-----------|------------|---------------|-------------|------------|---------------|
|                | Féminin   | Masculin   | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Aucune utilité | 8         | 5          | 13            | 3%          | 2%         | 5%            |
| Ne sait pas    | 17        | 25         | 42            | 7%          | 10%        | 17%           |
| un luxe        | 2         | 7          | 9             | 1%          | 3%         | 4%            |
| Une nécessité  | 60        | 126        | 186           | 24%         | 50%        | 74%           |
| <b>Total</b>   | <b>87</b> | <b>163</b> | <b>250</b>    | <b>35%</b>  | <b>65%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

**Tableau 29: L'image de l'assureur vie**

|              | Effectif  |            |               | Pourcentage |            |               |
|--------------|-----------|------------|---------------|-------------|------------|---------------|
|              | Féminin   | Masculin   | Total général | Féminin     | Masculin   | Total général |
| Acceptable   | 56        | 98         | 154           | 22%         | 39%        | 61%           |
| Bonne        | 7         | 19         | 26            | 3%          | 8%         | 11%           |
| Mauvaise     | 24        | 46         | 70            | 10%         | 18%        | 28%           |
| <b>Total</b> | <b>87</b> | <b>163</b> | <b>250</b>    | <b>35%</b>  | <b>65%</b> | <b>100%</b>   |

Source : Réalisé par nous-même sur la base des données de l'enquête

**Annexes 4 : Questionnaire**

**QUESTIONNAIRE**

N° \_\_\_\_\_ /

**I. IDENTIFICATION**

- 1) **Sexe :**  
 1- Masculin  2- Féminin  /
- 2) **Age (en années révolues)**  
 1- Moins de 25 ans  2- 25 à 35 ans  3- 35 à 45 ans   
 4- 45 à 55 ans  5- 55 à 65 ans  6- Plus de 65 ans  /
- 3) **Situation matrimoniale**  
 1- Célibataire  2- Marié(e)  3- Veuf / Veuve   
 4- divorcé (e)  5- Union libre  6- Autres :..... /
- 4) **Nombre d'enfants à charge**  
 1- Moins de 2  2- Moins de 5  3- Plus de 5  /
- 5) **Quel est votre statut professionnel ?**  
 1- Fonctionnaire de l'Etat  2- Salarié du privé  3- Profession libérale   
 4- Commerçant  5- Salarié Entreprise parapublique  6- Autres..... /
- 6) **Ancienneté dans la profession.....** /
- 7) **Revenu mensuel moyen**  
 1- Moins de 50.000  2- 50.000 à 100.000  3- 100.000 à 200.000   
 4- 200.000 à 300.000  5- Plus de 300.000  /
- 8) **Niveau d'études**  
 1- Aucun  2- Primaire  3- Secondaire 1er cycle  4- Secondaire 2nd cycle  5- Supérieur  /

**II. INFORMATIONS SUR LA COMPAGNIE D'ASSURANCE**

- 1) **Parmi les compagnies qui exploitent la branche vie, laquelle (lesquelles) connaissez-vous ?**  
 1- Union Béninoise d'Assurances Vie (UBA-Vie)  /  
 2- Assurances et Réassurances du Golfe de Guinée (ARGG)  /  
 3- Colina Vie Bénin (Colina)  /  
 4- Avie Assurances (AVIE)  /  
 5- Nouvelle Société Interafricaine d'Assurances Vie Bénin (NSIA-Vie)  /  
 6- L'Africaine vie  /
- 2) **Dans quelles circonstances avez-vous fait la connaissance de cette (ces) compagnie (s) ?**  
 1- A la télévision  2- Presse écrite  3- Prospectus  /  
 4- Promotion de vente  5- Agents commerciaux  6- Par ma banque  /  
 7- A la radio  /
- 3) **Avez-vous une connaissance des services qu'offrent les assureurs vie ?**  
 1- Oui correctement  2- Oui vaguement  3- Ne sait pas  /
- 4) **Quel est selon vous l'utilité de ces services ?**  
 1- un luxe  2- Une nécessité  3- Aucune utilité  /  
 4- Ne sait pas  5- Autres :..... /
- 5) **Quelle image avez-vous de l'assurance vie au Bénin ?**  
 1-Bonne  2- Acceptable  3- Mauvaise  /

**III. INFORMATIONS RELATIVES AUX CONTRATS D'ASSURANCE VIE**

- 1) **Avez-vous souscrit une fois à un contrat d'assurance sur la vie ?**  
 1-Oui  2- Non  **NB : Si Non, passez directement à la rubrique V** /

**2) Si oui, auprès de quelle compagnie ?**

- 1- Union Béninoise d'Assurances Vie (UBA-Vie)  / /
- 2- Assurances et Réassurances du Golfe de Guinée (ARGG)  / /
- 3- Colina Vie Bénin (Colina)  / /
- 4- Avie Assurances (AVIE)  / /
- 5- Nouvelle Société Interafricaine d'Assurances Vie Bénin (NSIA-Vie)  / /
- 6- L'Africaine vie  / /

**3) Quelles ont été vos motivations ou raisons lors de votre souscription à une assurance vie ?**

- 1- Assurer un complément de revenus  2- Transmettre un patrimoine aux proches  / /
- 3- Placer votre argent en toute sécurité  4- Profiter des avantages fiscaux de l'assurance vie  / /
- 5- Préparer sa retraite  6- Financer un projet particulier  / /
- 7- Lors d'un prêt à la banque  8- Etre poussé à l'achat par le vendeur  / /
- 9- Autres : .....

**4) Quel type de contrat avez-vous souscrit ?**

- 1- En cas de vie  2- En cas de décès  / /
- 3- Mixte  4- Epargne pure  / /
- 5- Capitalisation  6- Autres  / /

**5) Êtes-vous satisfait de la prestation de votre assureur vie ?**

- 1-Oui  2-En partie  3- Non  / /

**IV. OBLIGATIONS DE LA COMPAGNIE VIE**

**1) Votre assureur a-t-il l'habitude de vous fournir des informations annuelles liées à la vie de votre contrat ?** / /

- 1-Oui  2- Parfois  3- Jamais

**2) Avez-vous eu des problèmes avec votre assureur Vie?** / /

- 1-Oui  2- Non

**3) Si oui, quelles en sont les causes ?** / /

- 1- Incompréhension  2- Insatisfaction  / /
- 3- Mauvais accueil  4- Sollicitation d'une avance  / /
- 5- Demande de résiliation du contrat  6- Défaut d'informations sur les clauses du contrat  / /
- 7- Non-assistance en cas de difficultés financières  / /
- 8- Autres.....

**V. PRODUITS CONCURRENTS**

**1) Êtes-vous actuellement membre d'une tontine traditionnelle?** / /

- 1-Oui  2- Non

**2) Si oui, quel est le niveau actuel de votre cotisation mensuelle ?** / /

- 1- Moins de 20.000  2- 20.000 à 40.000  3- 40.000 à 60.000
- 4- 60.000 à 80.000  5- 80.000 à 100.000  6- Plus de 100.000

**3) Sur quelle durée faites-vous actuellement votre tontine ?** / /

- 1- < 1 an  2- 1 à 2 ans  3- 2 à 5 ans  4- > 5 ans

**VI. AUTRE FREIN A LA SOUSCRIPTION**

**1) Avez-vous des engagements financiers auprès d'autres institutions ?** / /

- 1-Oui  2- Non

**2) Est-ce la principale raison vous empêchant de contracter à une Assurance Vie ?** / /

- 1-Oui  2- Non

**VII. OBSERVATION GENERALE**

.....  
 .....  
 .....

---

**Annexe 5 : Arrêté fixant les modalités de rémunération des  
intermédiaires d'assurance en République du Bénin**

---

REPUBLIQUE DU BENIN

-----

MINISTRE DES FINANCES  
ET DE L'ECONOMIE

-----  
C A B I N E T

-----  
DIRECTION GENERALE DE  
L' ECONOMIE

-----  
DIRECTION DES ASSURANCES

ARRETE N° 1504 /MFE/DC/SGM/DGE/DA

FIXANT LES MODALITES DE REMUNERATION DES  
INTERMEDIAIRES D'ASSURANCE EN REPUBLIQUE  
DU BENIN

**LE MINISTRE DES FINANCES  
ET DE L'ECONOMIE,**

- VU la Loi N° 90-032 du 11 décembre 1990 portant Constitution de la République du Bénin ;
- VU la Proclamation le 03 avril 2001 par la Cour Constitutionnelle des résultats définitifs de l'élection présidentielle du 22 MARS 2001 ;
- Vu le Code des Assurances des Etats membres de la Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurances (Code CIMA) en son livre V ;
- VU le Décret N° 2005-052 du 04 Février 2005 portant composition du Gouvernement ;
- VU le Décret N° 93-262 du 05 novembre 1993 portant ratification du Traité instituant une organisation intégrée de l'industrie des assurances dans les Etats africains ;
- VU le Décret N° 2005-110 du 11 Mars 2005 portant attributions, organisation et fonctionnement du Ministère des Finances et de l'Economie ;

VU l'Arrêté n° 102/MF/DC/DGAE/DCA du 27 mars 1997 fixant les modalités de rémunération des courtiers et sociétés de courtage d'assurance en République du Bénin ;

SUR Rapport du Directeur Général de L' Economie;

### ARRETE

Article 1<sup>er</sup> : Les taux minima et maxima de rémunération des personnes habilitées à présenter des opérations d'assurance en Assurance non Vie et en Assurance Vie sont fixés, par catégorie d'intermédiaires, dans les articles 4 et 5 ci-après.

Article 2 : Les intermédiaires d'assurance visés à l'article 1<sup>er</sup> sont les suivants :

- les courtiers d'assurance ;
- les agents généraux d'assurance ;
- les apporteurs simples.

Article 3 : Les apporteurs simples sont les personnes physiques non salariées, mandatées et rémunérées à la commission par les entreprises d'assurance, telles que mentionnées à l'article 501 (4°) du Code CIMA.

---

Ils doivent remplir les conditions de capacité prescrites par la réglementation.

Article 4 : Les taux minima et maxima de rémunération indiqués à l'article 1<sup>er</sup> ne peuvent excéder les pourcentages suivants des primes ou cotisations nettes d'accessoires, de tous impôts et taxes en assurance non vie.

| Catégories<br>d'intermédiaires<br><br>Risques                              | Apporteurs simples    |                       | Courtiers d'Assurance |                       | Agents Généraux<br>d'Assurance |                       |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------------|-----------------------|
|  | Taux<br>minima<br>(%) | Taux<br>maxima<br>(%) | Taux<br>minima<br>(%) | Taux<br>maxima<br>(%) | Taux<br>minima<br>(%)          | Taux<br>maxima<br>(%) |
| Individuelle Accidents   | 10                    | 15                    | 18                    | 21                    | 18                             | 22                    |
| Maladie  | 6                     | 8                     | 8                     | 10                    | 10                             | 12                    |
| <b>Automobile</b>  |                       |                       |                       |                       |                                |                       |
| -RC Auto hors TPV et TPM   | 08                    | 10                    | 10                    | 12                    | 11                             | 13                    |
| - Autres garanties   | 10                    | 12                    | 14                    | 15                    | 13                             | 16                    |
| -RC et toutes autres garanties<br>Auto TPV et TPM                          | 05                    | 07                    | 10                    | 12                    | 10                             | 12                    |
| -Incendie<br>-Multirisque<br>Habitation<br>-Multirisque<br>Professionnelle | 16                    | 18                    | 19                    | 22                    | 20                             | 22                    |
| <b>Risques Divers<br/>(Vol, DDE, BG, etc)</b>                              | 16                    | 18                    | 19                    | 22                    | 20                             | 22                    |
| <b>-Risques Techniques<br/>(BM, TRC, TRI, TRM, etc)</b>                    | 13                    | 15                    | 16                    | 18                    | 16                             | 18                    |
| <b>-RC Décennale</b>   |                       |                       |                       |                       |                                |                       |
| Responsabilité Civile<br>Générale  | 13                    | 15                    | 17                    | 18                    | 16                             | 18                    |
| <b>Transports</b>  |                       |                       |                       |                       |                                |                       |
| - Facultés (au Bénin)  |                       |                       |                       |                       |                                |                       |
| • hors Tous Risques  | 10                    | 12                    | 14                    | 16                    | 14                             | 16                    |
| • Tous Risques   | 12                    | 14                    | 14                    | 16                    | 17                             | 18                    |
| -Facultés (hors Bénin)   |                       |                       |                       |                       |                                |                       |
| -Corps<br>• Maritime<br>• Aérien<br>-RC armateur                           | <b>Taux</b>           |                       | <b>A</b>              |                       | <b>Négo</b>                    | <b>cier</b>           |

Article 5 : Les taux minima et maxima de rémunération indiqués à l'article 1<sup>er</sup> ne peuvent excéder les pourcentages suivants des primes ou cotisations nettes d'accessoires, de tous impôts et taxes en assurance Vie.

| Types de contrats                          | Apporteurs simples(%) | Courtiers et Agents Généraux d'Assurances(%) | Durée d'escompte (ans) |
|--|-----------------------|--|------------------------|
| <b>Contrats Individuels</b>                |                       |  |                        |
| -Produits décès :                          |                       |  |                        |
| • Décès non liés aux crédits et découverts | 08                    | 12   | -                      |
| • Décès liés aux crédits et découverts     | 05                    | 10   | -                      |
| -Produits Epargne                          | 1,5                   | 2  | 15                     |
| -Produits Mixtes                           | 1,8                   | 2,5  | 15                     |
| -Retraite                                  | 1,5                   | 2  | 15                     |
| <b>Contrats Groupes</b>                    |                       |  |                        |
| -Produits Décès :                          |                       |  |                        |
| • Décès non liés aux crédits et découverts | 05                    | 12   | -                      |
| • Décès liés aux crédits et découverts     | 03                    | 10   | -                      |
| • Prévoyance Décès                         | 05                    | 12   | -                      |
| -Produits Epargne                          | 1,2                   | 02   | -                      |
| -Produits Mixtes                           | 1,5                   | 02   | -                      |
| -Retraite                                  | 1,5                   | 02   | -                      |

**Article 6 :** En sus des taux de commission prévus aux articles 4 et 5 du présent Arrêté, le taux de rémunération des actes de gestion pour les agents généraux et les courtiers d'assurance, est plafonné à 04% des primes ou cotisations nettes d'accessoires, de tous impôts et taxes.

On entend par actes de gestion l'émission et/ou la rédaction des notes de couverture, des contrats et avenants divers.

Article 7 : En cas de gestion exceptionnelle confiée par l'entreprise d'assurance aux agents généraux et aux courtiers, le taux de rémunération supplémentaire ne saurait dépasser 02% des primes ou cotisations nettes d'accessoires, de tous impôts et taxes, et 01% en ce qui concerne la gestion exceptionnelle de la garantie Maladie.

On entend par gestion exceptionnelle, l'instruction et le règlement des sinistres avec ou sans paiement des indemnités.

Article 8: Il est interdit aux intermédiaires d'assurance, sauf mandat express de l'entreprise d'assurance, de retenir le montant de leurs commissions sur la prime encaissée.

Les commissions ainsi calculées doivent être versées aux intermédiaires d'assurance dans les trente (30) jours qui suivent la remise des primes à l'entreprise d'assurance.

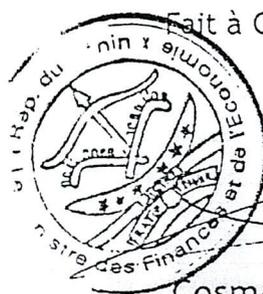
Article 9 : Toute infraction aux prescriptions du présent Arrêté sera punie par une amende de Cinq cent mille (500.000) à Un million cinq cent mille (1.500.000) francs CFA.

Article 10 : Le présent arrêté abroge toutes dispositions antérieures contraires.

Article 11 : Le présent arrêté, qui prend effet à compter de la date de sa signature, sera publié au Journal Officiel de la République du Bénin.

### Ampliatiions

|                            |    |
|----------------------------|----|
| Cour Suprême               | 02 |
| SGG                        | 01 |
| MFE/SA                     | 01 |
| Compagnies<br>d'assurances | 09 |
| Courtiers d'assurances     | 09 |
| DCA                        | 10 |
| JORB                       | 01 |
| Archives                   | 01 |
| ASA-BENIN                  | 01 |
| ACA-BENIN                  | 01 |
| AAGA-BENIN                 | 01 |



Fait à Cotonou, le 18 Novembre 2005

Cosme SEHLIN

## TABLE DES MATIERES

|   |           |
|---|-----------|
| DEDICACE .....  | i         |
| REMERCIEMENTS .....   | ii        |
| LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS .....  | iii       |
| LISTE DES TABLEAUX.....   | iv        |
| LISTES DES GRAPHIQUES ET FIGURES.....   | v         |
| RESUME.....   | vi        |
| ABSTRACT.....   | vii       |
| SOMMAIRE .....  | viii      |
| INTRODUCTION GENERALE.....  | 1         |
| <b>PREMIERE PARTIE : DESCRIPTION DU CADRE DE STAGE.....</b>   | <b>3</b>  |
| CHAPITRE PREMIER: DEROULEMENT DU STAGE DANS LA SOCIETE DENOMMEE « ASSURANCES ET REASSURANCES DU GOLFE DE GUINEE » ..... | 4         |
| I. CADRE INSTITUTIONNEL DE LA SOCIETE .....   | 4         |
| 1.1. Présentation de ARGG .....   | 4         |
| 1.1.1. <i>Historique</i> .....  | 4         |
| 1.1.2. <i>Fiche signalétique</i> .....  | 5         |
| 1.2. Fonctionnement de ARGG .....   | 7         |
| 1.2.1. <i>Attributs des organes statutaires</i> .....   | 7         |
| 1.2.1.1. <i>Assemblée Générale (Art 26 des statuts)</i> .....   | 7         |
| 1.2.1.2. <i>Conseil d'Administration (Art 14 des statuts)</i> .....   | 7         |
| 1.2.1.3. <i>Direction Générale (art 20 des statuts)</i> .....   | 7         |
| 1.2.2. <i>Organisation structurelle</i> .....   | 8         |
| 1.2.2.1. <i>Secrétariat de Direction</i> .....  | 8         |
| 1.2.2.2. <i>Contrôle Interne</i> .....  | 8         |
| 1.2.2.3. <i>Service commercial</i> .....  | 8         |
| 1.2.2.4. <i>Service production</i> .....  | 8         |
| 1.2.2.5. <i>Service Gestion Technique</i> .....   | 9         |
| 1.2.2.6. <i>Service administratif</i> .....   | 9         |
| 1.2.2.7. <i>Service comptabilité et financier</i> .....   | 9         |
| 1.2.2.8. <i>Service recouvrement</i> .....  | 10        |
| 1.2.2.9. <i>Service informatique et des statistiques</i> .....  | 10        |
| II. EXPERIENCES DE STAGE.....   | 11        |
| 2.1. Déroulement du stage et travaux effectués .....  | 11        |
| 2.1.1. <i>Déroulement du stage</i> .....  | 11        |
| 2.1.2. <i>Travaux effectués</i> .....   | 11        |
| 2.2. Problèmes identifiés et solutions préconisées.....   | 12        |
| CHAPITRE II : DEROULEMENT DU STAGE A LA DIRECTION DES ASSURANCES .....  | 15        |
| I. PRESENTATION DU CADRE DE STAGE .....   | 15        |
| 1.1. Présentation et attributions de la Direction des Assurances .....  | 15        |
| 1.1.1. <i>Présentation de la Direction des Assurances</i> .....   | 15        |
| 1.1.2. <i>Attributions de la Direction des Assurances</i> .....   | 15        |
| 1.2. Fonctionnement de la Direction des Assurances .....  | 16        |
| II. EXPERIENCES DE STAGE.....   | 17        |
| 2.1. Déroulement du stage et travaux effectués .....  | 17        |
| 2.1.1. <i>Déroulement du stage</i> .....  | 17        |
| 2.1.2. <i>Travaux effectués</i> .....   | 17        |
| 2.2. Problèmes identifiés et solutions préconisées.....   | 18        |
| <b>DEUXIEME PARTIE : DETERMINANTS DU FAIBLE DEVELOPPEMENT DE L'ASSURANCE VIE AU BENIN.....</b>                          | <b>19</b> |
| CHAPITRE PREMIER: CADRE THEORIQUE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE DE L'ETUDE .....   | 20        |
| I. CADRE THEORIQUE DE L'ETUDE .....   | 20        |

|   |  |    |
|---|--|----|
| 1.1.  | Problématique de l'étude .....   | 20 |
| 1.2.  | Objectifs et hypothèses de recherche .....   | 21 |
| 1.2.1.  | Objectifs de l'étude .....   | 21 |
| 1.2.2.  | Hypothèses de recherche .....  | 21 |
| 1.3.  | Revue de littérature .....   | 21 |
| II.   | METHODOLOGIE DE L'ETUDE .....  | 24 |
| 2.1.  | Collecte des données .....   | 24 |
| 2.1.1.  | Relevés continus.....  | 24 |
| 2.1.2.  | Sondage.....   | 24 |
| 2.1.3.  | Echantillonnage .....  | 25 |
| 2.1.4.  | Outil de collecte .....  | 25 |
| 2.1.5.  | Opération d'enquête .....  | 26 |
| 2.2.  | Exploitation et analyse des données .....  | 27 |
| 2.2.1.  | Traitement manuel.....   | 27 |
| 2.2.2.  | Traitement informatique.....   | 27 |
| 2.2.3.  | Saisie et apurement des données .....  | 27 |
| 2.2.4.  | Transfert des données.....   | 28 |
| 2.2.5.  | Analyse des données.....   | 28 |
| CHAPITRE II : FACTEURS EXPLICATIFS DU FAIBLE NIVEAU DE DEVELOPPEMENT DE L'ASSURANCE VIE DANS L'ECONOMIE BENINOISE ..... |  | 29 |
| I.  | TENDANCES RECENTES DE L'ASSURANCE VIE AU BENIN.....                                | 29 |
| 1.1.  | Acteurs du marché .....  | 29 |
| 1.2.  | Réalisations chiffrées du marché depuis sa libéralisation .....                    | 30 |
| 1.3.  | Principaux indicateurs socio-économiques.....                                      | 32 |
| 1.3.1.  | Taux de pénétration de l'assurance vie .....                                       | 32 |
| 1.3.2.  | Densité de l'assurance.....  | 33 |
| II.   | ANALYSE DES RESULTATS DE L'ENQUETE .....   | 33 |
| 2.1.  | Degré de souscription d'une police d'assurance vie .....                           | 34 |
| 2.2.  | Satisfaction des souscripteurs par rapport aux prestations de l'assureur .....     | 35 |
| 2.3.  | Profil socioéconomique des assurés enquêtés .....                                  | 35 |
| 2.4.  | Respect de l'obligation d'informations annuelles des assurés.....                  | 36 |
| 2.5.  | Produits concurrents.....  | 37 |
| 2.5.1.  | Impact des tontines traditionnelles sur la souscription des contrats .....         | 37 |
| 2.5.2.  | Impact des engagements financiers sur la souscription .....                        | 38 |
| 2.6.  | Perception et utilité des produits d'assurance par les consommateurs.....          | 39 |
| 2.7.  | Appréciations subjectives des assurés sur les compagnies d'assurance vie.....      | 40 |
| 2.8.  | Appréciation du canal de communication des sociétés vie .....                      | 40 |
| 2.9.  | Analyse du cas particulier de ARGG .....   | 41 |
| 2.10.   | Synthèse des causes révélées par l'enquête .....                                   | 42 |
| III.  | PRINCIPAUX AXES DE REFORME PRECONISES POUR LA RELANCE DE L'ASSURANCE VIE.....      | 42 |
| 3.1.  | Mise en place d'une véritable stratégie marketing.....                             | 42 |
| 3.1.1.  | Adaptation des produits à la demande .....   | 43 |
| 3.1.2.  | Politique de communication et amélioration de l'image de marque.....               | 44 |
| 3.1.3.  | Rénover la politique de distribution.....  | 45 |
| 3.2.  | Intégrer la microassurance comme solution de développement de l'assurance vie..... | 46 |
| CONCLUSION .....  |  | 48 |
| BIBLIOGRAPHIE .....   |  | 50 |
| ANNEXES.....  |  | 51 |
| Annexes 1 : Organigramme de ARGG .....  |  | 52 |
| Annexes 2 : Données statistiques.....   |  | 53 |
| Annexes 3 : Données issues des résultats de l'enquête .....   |  | 56 |
| Annexes 4 : Questionnaire.....  |  | 60 |
| Annexe 5 : Arrêté fixant les modalités de rémunération des intermédiaires d'assurance en République du Bénin .....      |  | 62 |
| TABLE DES MATIERES.....   |  | 63 |

