



Mobile Money for the Unbanked

Les pratiques émergentes dans le secteur de la micro-assurance mobile

Camilo Téllez



Sommaire

1	Introduction
1	Qu'est-ce que la micro-assurance?
2	Les promesses de la micro-assurance mobile
3	Les atouts des opérateurs mobiles pour l'offre de produits de micro-assurance
7	Le paysage global de l'offre des produits de micro-assurance
10	Lectures supplémentaires



Remerciements: L'auteur tient à remercier les personnes et les organismes suivants pour leur précieuse contribution dans le cadre de la rédaction de ce document : Richard Leftley de MicroEnsure, Jeremy Leach de Hollard Insurance, Craig Churchill du programme Micro-assurance Innovation Facility de l'ILO, Mathilda Ström de BIMA, Doubell Chamberlain du CENFRI, Nathan Wyeth de Frontline:SMS Credit, Pooja Kumar de EKO, Mike McCaffrey du Programme d'Inclusion Financière du Pacifique du PNUD, Nina Schuler de Leapfrog Labs ainsi que les équipes de MTN Ghana, Tigo Honduras, Globe Gcash, Smart Philippines et Telenor Pakistan.

La micro-assurance est l'assurance des personnes à faibles revenus, offrant aux personnes les moins favorisées la possibilité de gérer les risques de leur existence.¹ Elle est cependant loin d'être disponible partout. Comment expliquer que les services d'assurance soient facilement accessibles aux habitants du monde développé, mais si peu accessibles aux populations les plus pauvres, dont le besoin d'assurance est sans aucun doute bien plus important lorsqu'on vit au bord de la catastrophe économique? Les coûts de distribution et d'évaluation des risques, ainsi que ceux de gestion des demandes d'indemnisation ne sont pas proportionnels aux montants assurés. Dans le cadre des canaux de distribution et processus habituels, les compagnies d'assurance ne peuvent tout simplement pas offrir des polices d'assurance pour des montants inférieurs à un certain seuil en dessous duquel il serait impossible d'offrir

des tarifs acceptables. La micro-assurance est de surcroît un secteur de forts volumes à faible marge, dans lequel les effets d'échelle sont essentiels.

Les plateformes mobiles, et notamment celles d'argent mobile, offrent la possibilité de réduire les coûts de la micro-assurance et d'en favoriser le développement. Ce document a pour objectif de mettre en avant les possibilités d'utilisation de la téléphonie mobile, et notamment de l'argent mobile, pour l'offre de micro-assurance et de partager plusieurs exemples de tentatives en ce sens issues du monde entier.² Notre souhait est que les lecteurs du secteur de la téléphonie mobile tout comme ceux du monde de l'assurance y puisent de nouvelles idées de collaboration susceptibles de faciliter l'accès de cet outil de gestion des risques à ceux qui en ont le plus besoin.

Qu'est-ce que la micro-assurance?

La micro-assurance a pour but d'assurer la vie et de protéger les biens des personnes et familles à faibles revenus contre les catastrophes naturelles, la maladie, la mort, les accidents ou les mauvaises récoltes, entre autres exemples. Elle permet ainsi aux personnes à faibles revenus de mieux gérer leurs risques en leur fournissant un filet de sécurité susceptible de les empêcher de retomber dans la pauvreté. Le terme désigne généralement un sous-ensemble de produits d'assurance qui se caractérise par des primes et des montants d'assurance peu élevés, reposant sur l'hypothèse que ceux-ci correspondent aux besoins des personnes à faibles revenus.

On définit généralement la micro-assurance mobile comme « tout type de produit de micro-assurance utilisant le canal mobile, indépendamment de l'existence d'une plateforme d'argent mobile, afin d'améliorer un aspect quelconque de la chaîne de valeur de l'assurance, comme par exemple la conception du produit, la tarification, la vente ou le marketing, la gestion des contrats ou le paiement des indemnités ».³

Au moment de la rédaction de ce document, les estimations publiées par Lloyds et le Centre de Micro-Assurance font état de plus de 135 millions de personnes dans le monde couvertes par des contrats de micro-assurance. Le marché total serait beaucoup plus important, se situant entre 1,5 et 3 milliards de contrats.⁴

Le rôle des intermédiaires

En plus des opérateurs de téléphonie mobile et des compagnies d'assurance, il existe un certain nombre d'acteurs spécialisés en train d'émerger sur des créneaux particuliers pour combler le vide existant entre les compagnies d'assurance et les opérateurs de réseaux mobiles. Des entreprises comme MicroEnsure, Trustco et Bima ont joué un rôle déterminant dans l'élaboration de certaines des propositions novatrices mentionnées dans ce document.

Les promesses de la micro-assurance mobile

Selon la manière dont elle est mise en œuvre, l'utilisation des infrastructures mobiles pour la micro-assurance peut offrir de nombreux avantages, que ce soit pour les opérateurs, les assureurs ou les clients.

Figure 1



* Average Revenue Per User (Revenu moyen par utilisateur)

1. Protecting the Poor: A Microinsurance Compendium (« La protection des personnes défavorisées : un abrégé de micro-assurance »), édité par Craig Churchill (disponible sur <http://www.micro-assurancecompendium.org/>)

2. La téléphonie mobile permet également de réduire les coûts de distribution de l'assurance classique (par opposition à la micro-assurance), mais cette utilisation sort de l'objet du présent document.

3. M-Insurance: The Next Wave of Mobile Financial Services? (« L'assurance mobile: la nouvelle vague des services financiers mobiles? »), Jeremy Leach (disponible sur <http://www.microensure.com/news.asp?id=47&start=5>)

4. Insurance in Developing Countries: Exploring Opportunities in Microinsurance (« L'assurance dans les pays en développement : exploration des opportunités de la micro-assurance »), Lloyd's 360° Risk Insight (disponible sur <http://www.lloyds.com/~media/Lloyds/Reports/360%20Other/InsuranceInDevelopingCountries.pdf>)

Les atouts des opérateurs mobiles pour l'offre de produits de micro-assurance

Les opérateurs de réseaux mobiles contrôlent un certain nombre de canaux de communication qui peuvent aider à promouvoir, vendre, et faciliter la souscription à des produits de micro-assurance. Les opérateurs de réseaux mobiles disposent en effet de vastes réseaux physiques et virtuels capables de toucher de façon très économique un grand nombre de clients, dont notamment les clients non bancarisés.

La figure 2 ci-dessous offre une vision synthétique de la manière dont les assureurs peuvent tirer parti des canaux de communication, des réseaux de distribution et des mécanismes de paiement mis en place par les opérateurs de réseaux mobiles; nous passerons dans ce chapitre chacun de ces éléments en revue.

Figure 2

La chaîne de valeur de la micro-assurance

Infrastructures mobiles correspondantes	Conception et tarification des produits	Marketing	Vente	Souscription des contrats	Gestion des contrats	Traitement des demandes d'indemnisation	Versement des indemnisations
Canaux de communication <ul style="list-style-type: none"> Voix (téléphone) SMS normaux et premium USSD 		Les assureurs peuvent utiliser les canaux de communication des opérateurs pour faire la promotion de leurs produits		Les clients peuvent souscrire par eux-mêmes via leur téléphone portable	Les assureurs peuvent répondre aux demandes de renseignements de routine des clients par voie téléphonique	Les clients peuvent soumettre leurs demandes d'indemnisation par voie téléphonique	
Ventes au détail et réseaux de distribution <ul style="list-style-type: none"> Revendeurs de crédit téléphonique Agents d'argent mobile 			Les revendeurs de crédit téléphonique et les agents d'argent mobile peuvent informer les clients sur la micro-assurance	Les revendeurs de crédit téléphonique et les agents d'argent mobile peuvent distribuer et collecter les formulaires de souscription			
Mécanismes de paiement <ul style="list-style-type: none"> Comptes téléphoniques prépayés ou post payés Comptes d'argent mobile Point de paiement d'argent mobile au guichet 				Les clients peuvent s'acquitter de leur prime d'assurance au moyen de crédit téléphonique, d'argent mobile ou au guichet			Les assureurs peuvent effectuer le versement des indemnisations sur les comptes d'argent mobile ou au guichet des agents
Données transactionnelles <ul style="list-style-type: none"> Crédit téléphonique Argent mobile 	Les assureurs peuvent se servir des données transactionnelles pour la modélisation des risques et la tarification des produits						
Image de marque		L'alliance de marques permet de renforcer la confiance dans la micro-assurance auprès des segments à faibles revenus					

Les canaux de communication

Les opérateurs de réseaux mobiles disposent de toute une gamme de canaux de communication susceptibles de permettre la promotion, la vente et la souscription de contrats d'assurance. Ces canaux de communication peuvent également permettre aux assureurs de traiter des demandes de renseignement courantes et de gérer les comptes de la clientèle. Ils peuvent enfin faciliter la gestion des demandes d'indemnisation, laquelle constitue un des aspects les plus importants de la chaîne de valeur vers le client.⁵

Le canal téléphonique (voix) est le plus évident d'entre eux, et se trouve déjà largement utilisé de nos jours par les assureurs pour communiquer avec leurs clients. Le canal SMS est plus complexe à mettre en œuvre, nécessitant généralement une intégration avec un agrégateur SMS, mais peut s'avérer extrêmement économique pour l'envoi par exemple de rappels aux clients des dates d'échéance de leurs primes, car il est possible d'automatiser entièrement ce type d'envoi. Le protocole USSD (Unstructured Supplementary Service Data) permet de mettre en place des sessions interactives et sécurisées tout à fait adaptées à la souscription et à la gestion de contrats d'assurance, tout en restant accessibles aux téléphones portables bas de gamme. Les assureurs doivent toutefois généralement négocier directement avec des opérateurs mobiles pour pouvoir accéder à ce type de canal de communication.

MTN Ghana, Hollard Insurance, MicroEnsure et MFS Africa ont lancé en 2011 un produit de micro-assurance appelé « mi-Life », commercialisé par l'intermédiaire de la plateforme d'argent mobile MTN MobileMoney. Comme son nom l'indique, « mi-Life » offre la possibilité aux utilisateurs de souscrire une assurance-vie au moyen de leur téléphone portable grâce au canal USSD. L'interface permettant d'acheter le produit permet également d'en modifier les caractéristiques pour l'adapter aux besoins du client. Les utilisateurs peuvent initier des demandes de renseignement ou d'indemnisation et payer leurs primes au moyen de leur téléphone portable. Les primes d'assurance sont débitées mensuellement sur le porte-monnaie mobile des clients, qui en sont informés par SMS. Une fois la prime payée, l'assurance est valable un mois, jusqu'au prélèvement de la prime mensuelle suivante.

Le partenariat instauré entre MTN et les autres intervenants réduit le coût de l'assurance à travers la réduction des coûts de transaction et l'exploitation du vaste réseau de distribution MTN; un nombre important de clients est ainsi mis au contact du produit. Les contrats « mi-Life » du Ghana sont gérés par Golden Life Assurance Company avec le soutien de Hollard International.

La vente au détail et les réseaux de distribution

Les fournisseurs d'assurance ont la possibilité de mettre à profit les réseaux de distribution existants des revendeurs de crédit téléphonique et/ou d'agents d'argent mobile en tant que canal de distribution à faible coût. Ces agents sont susceptibles de fournir des explications concernant le produit aux clients peu familiarisés avec l'assurance, et de servir en outre de canal pour les notifications, le traitement des demandes d'indemnisation, voire même le versement des indemnisations.

L'utilisation des réseaux existants de revendeurs de crédit téléphonique et/ou d'agents d'argent mobile peut également permettre d'accroître la confiance dans la notion d'assurance, les clients étant souvent déjà familiarisés avec ces détaillants.⁶ Toutefois, une certaine prudence s'impose. Pour que les clients aient une bonne compréhension de ce qu'ils achètent, les agents doivent être convenablement formés. Les opérateurs de réseaux mobiles ont appris à leurs dépens que la formation des agents pour la commercialisation des services d'argent mobile peut s'avérer difficile. L'identification d'incitatifs appropriés est tout aussi complexe. Si les agents sont surpayés pour la vente de polices d'assurance, ils risquent de recourir à des tactiques non recommandables pour placer celles-ci ; d'un autre côté, si leur rémunération est insuffisante, ils ne feront probablement pas l'effort d'investir le temps nécessaire pour éduquer les clients sur le produit.

La distribution de produits d'assurance est réglementée dans un certain nombre de pays ; par conséquent, les restrictions concernant les personnes habilitées à vendre des produits d'assurance peuvent limiter la capacité des assureurs et opérateurs de réseaux mobiles à utiliser des détaillants tiers comme canal de distribution de ces produits.

Les mécanismes de paiement

La collecte des primes représente un défi de taille pour le secteur de la micro-assurance. Les revenus de la clientèle visée sont souvent irréguliers et imprévisibles, et les clients concernés n'ont généralement qu'un accès limité aux mécanismes de paiement traditionnels. L'utilisation de nouveaux canaux pour l'encaissement des primes peut permettre d'améliorer les taux de renouvellement des contrats, notamment lorsque ceux-ci permettent d'offrir une certaine souplesse aux clients pauvres ne disposant que de revenus irréguliers.

Les infrastructures mobiles offrent quatre méthodes possibles de paiement des primes par la clientèle, ainsi que de versement des prestations d'assurance dans certains cas.

5. Insurance and Technology to Better Serve Emerging Customers: Learning to Improve Access and Service (« Assurance et technologie pour mieux servir la clientèle émergente : Apprendre à améliorer l'accès et le service »), Zurich Financial Services Group (disponible sur http://www.zurich.com/internet/main/SiteCollectionDocuments/insight/Insurance_and_Technology.pdf)
6. Promouvoir l'utilisation des services d'argent mobile auprès des personnes non bancarisées, Neil Davidson et M. Yasmina McCarty (disponible sur http://mimublog.org/wp-content/files_mf/mimublogcustomerfrench.pdf)

Les comptes d’argent mobile

Dans des dizaines de pays à faibles revenus, les opérateurs mobiles ont lancé auprès de leur clientèle des services de paiement par téléphone mobile.⁷ Les clients peuvent ainsi se servir de leurs comptes mobiles pour payer leurs polices d’assurance, tout comme des clients à revenus plus élevés le feraient avec un compte bancaire. Les versements peuvent également s’effectuer sur ces comptes. Il ne s’agit bien entendu d’une possibilité que dans les pays disposant de plateformes d’argent mobile actives.

 Kilimo Salama (« L’agriculture sans risques ») est un produit de micro-assurance indexé sur la météo et conçu pour protéger les agriculteurs contre les risques de sécheresse ou de pluies excessives. Il a été lancé en partenariat avec UAP Assurance, la Fondation Syngenta pour une agriculture durable et Safaricom. Les contrats Kilimo Salama sont commercialisés par des revendeurs indépendants de fournitures agricoles dans l’ensemble du Kenya.⁸ Ces revendeurs utilisent un scanner relié à un smartphone (« téléphone intelligent ») qui permet une souscription immédiate en ligne, sans documents papier. Les stockistes encaissent les primes et les reversent à la compagnie d’assurance au moyen de M-PESA. Des stations météorologiques automatisées assurent alors la surveillance des chutes de pluie: si les enregistrements de la station montrent qu’une indemnisation est due, les versements sont automatiquement effectués via M-PESA en faveur des agriculteurs bénéficiaires.

Ce type d’assurance est également en train d’être adapté aux catastrophes naturelles, tels que les typhons affectant les communautés du littoral, sur la base d’un index de vitesse des vents, dans laquelle la localisation de l’assuré est enregistrée par GPS et le paiement des indemnisations est déclenché par la vitesse des vents et la distance de la tempête.

Paiements au guichet des agents

De la même manière qu’ils sont susceptibles d’être mis à contribution pour la vente des produits, les revendeurs de crédit téléphonique et les agents d’argent mobile peuvent également être chargés de l’encaissement des primes d’assurance en provenance des clients.

Comptes mobiles prépayés ou post payés

Dans un certain nombre de pays, les opérateurs de réseaux mobiles et les assureurs sont parvenus à mettre en place des mécanismes de paiement des primes d’assurance à partir des comptes mobiles existants de la clientèle, prépayés ou post payés. Ces dispositifs présentent l’avantage d’être accessibles à toute personne disposant d’un téléphone portable.

À la base de la pyramide, il reste probablement nécessaire d’associer ce mécanisme à un canal de vente physique, car les clients n’ayant pas d’expérience préalable des produits d’assurance auront certainement besoin d’une attention commerciale plus personnalisée.

Sans commission (programmes de fidélisation)

Enfin, les assureurs peuvent choisir de ne pas encaisser du tout de primes en provenance des clients, se tournant à la place vers les opérateurs de réseaux mobiles pour la prise en charge des couvertures d’assurance offertes à leurs clients.

Les programmes de fidélisation constituent une démarche marketing structurée qui récompense, et donc encourage, certains comportements d’achat, comportements suffisamment rentables aux yeux des opérateurs mobiles pour que ceux-ci veuillent en subventionner le coût.⁹ Dans les pays où les clients ont souvent tendance à utiliser plusieurs cartes SIM, les programmes de fidélisation peuvent permettre de réduire les taux de désabonnement. Lorsque le bénéfice de l’assurance est lié à un certain niveau de dépense (par exemple, les rachats de crédit téléphonique), ce type de programme peut également inciter les clients à dépenser plus, ce qui a un effet positif sur l’ARPU.

Ce type de programme fait généralement l’objet d’un renouvellement mensuel, aussi longtemps que le client satisfait les exigences prévues. Lorsque ce n’est pas le cas, le client perd le bénéfice de l’assurance. Un facteur essentiel de succès pour ce genre de programme est la connaissance par les clients des avantages potentiels de la couverture d’assurance dont ils bénéficient.

 En récompense de leur fidélité, Tigo Ghana offre une couverture d’assurance à ses abonnés prépayés ainsi qu’à l’un des membres de la famille de ceux-ci. Cette protection est souscrite auprès de Vanguard Life avec le soutien de Bima et MicroEnsure. Tout abonné enregistré qui dépense au moins 5 GHS (3 dollars US) par mois calendaire bénéficie d’une couverture d’assurance pour lui-même et un membre désigné de sa famille en cas de décès naturel. Le montant de la couverture d’assurance augmente avec le montant dépensé par le client, jusqu’à un maximum de 1.000 GHS (562 dollars US). Après que l’abonné se soit inscrit pour être assuré, Tigo lui envoie un SMS au début de chaque mois pour l’informer du montant de la couverture ainsi obtenue. En cas de décès par cause naturelle, c’est le membre de la famille enregistré au contrat qui est chargé de signaler le décès avec le certificat de décès du défunt afin de percevoir l’assurance. La couverture d’assurance d’un mois donné n’est transférable sur le mois suivant que si elle n’a pas fait l’objet d’une demande de versement pendant le mois écoulé.

Les produits d’assurance liés à des programmes de fidélisation ont pour grand avantage de faire bénéficier d’une couverture d’assurance des clients qui seraient autrement peu enclins à en faire l’achat. En faisant la preuve de la valeur de l’assurance auprès des clients potentiels sans leur réclamer une contribution financière de départ, les polices d’assurance liées à des programmes de fidélisation permettent d’améliorer la connaissance et la compréhension du concept d’assurance, augmentant ainsi la probabilité que des clients fassent ultérieurement l’achat de polices d’assurance par eux-mêmes.

 L’opérateur Globe aux Philippines a lancé une expérience pilote avec Hospital Benefit Plan, un programme d’assurance médicale reposant sur la fidélité de ses clients et conçu spécifiquement pour tous les bénéficiaires qualifiés de virements effectués via GCASH. Pour chaque virement reçu, quel qu’en soit le montant en faveur du bénéficiaire aux Philippines, le bénéficiaire reçoit trente jours de couverture gratuite. Cette protection couvre l’ensemble des frais médicaux et d’hospitalisation, à l’exception de ceux liés au cancer, à la grossesse, aux blessures subies en cas de conduite sous l’influence de substances dangereuses et de certaines autres exclusions. La couverture est valable pendant les trente jours suivant la réception du virement et est cumulable ; la couverture totale augmente ainsi avec la fréquence des virements reçus.

Les données transactionnelles

L’une des principales difficultés rencontrées par les professionnels de l’assurance dans la conception et la tarification de nouveaux produits est l’absence de données historiques. La fourniture en temps réel d’informations d’assurance et de transactions mobiles (comportements d’utilisation de l’argent mobile ou du temps d’appel, « geo-tagging » ou balisage géographique, etc.) permet d’améliorer ce processus de façon spectaculaire en leur donnant accès à des données fiables pour l’identification de modèles de comportement permettant une meilleure compréhension de la clientèle, et donc par conséquent la conception de produits mieux adaptés à celle-ci.

La collecte et l’analyse des historiques de transactions mobiles sont également utiles pour la commercialisation des produits d’assurance, car elles permettent d’identifier les clients présentant un profil de risque moins élevé ou un besoin pour un produit d’assurance spécifique. L’enregistrement des informations peut également être amélioré, éliminant ainsi certains processus redondants et réduisant les risques de fraude. Et en ce qui concerne le versement des indemnisations, les données déjà disponibles réduisent le volume de documentation nécessaire et simplifient ainsi le traitement des demandes.

Image de marque

La reconnaissance et la confiance dans une marque jouent un rôle important dans n’importe quel secteur. La confiance dans le fournisseur d’assurance joue un rôle particulièrement important car un client potentiel ne souscrira à une police que s’il est sûr qu’en cas de sinistre légitime, il percevra l’indemnisation prévue. (C’est une des raisons pour lesquelles la micro-assurance a connu une diffusion plus lente que celle des micro-financements auprès des populations à faibles revenus.) Lorsque les conditions s’y prêtent, les opérateurs de réseaux mobiles peuvent faire usage de leur forte image de marque pour renforcer la crédibilité de l’offre des assureurs. Une récente étude menée au Ghana a par exemple montré que 70% des répondants préféreraient acheter un contrat d’assurance auprès d’un opérateur de réseau mobile plutôt qu’auprès d’un assureur, probablement en raison de faible visibilité des compagnies d’assurances auprès des segments de clientèle à faible revenu.¹⁰

7. GSMA Mobile Money Deployment Tracker (outil de suivi des services d’argent mobile de l’Association GSM, disponible sur <http://www.wirelessintelligence.com/mobile-money/unbanked/>)

8. Fact sheet: Kilimo Salama (“Safe Agriculture”): Microinsurance for Farmers in Kenya (feuillelet d’information : Kilimo Salama « L’agriculture sans risques »: micro-assurance pour les agriculteurs du Kenya), Syngenta Foundation (disponible sur http://www.syngentafoundation.org/_temp/Kilimo_Salama_Fact_sheet_FINAL.pdf)

9. Loyalty Programs and Their Impact on Repeat-Purchase Loyalty Patterns: A Replication and Extension (« Les programmes de fidélisation et leur impact sur les comportements de répétition d’achat : réplication et extension »), Byron Sharp et Anne Sharp (disponible sur <http://byronsharp.com/resources/6076.PDF>)

10. Mobile life insurance launches in Ghana—Interview with MFS Africa & Hollard Insurance (« Lancement de l’assurance-décès mobile au Ghana : entretien avec MFS Afrique & Hollard Assurance »), Developing Telecoms (disponible sur <http://www.developingtelecoms.com/mobile-life-insurance-launches-in-ghana-interview-with-mfs-africa-a-hollard-insurance.html>)

Le paysage global de l'offre des produits de micro-assurance

Cet échantillon de programmes de micro-assurance n'est pas exhaustif, mais il fournit une bonne image de l'éventail des différentes approches testées dans le monde. Beaucoup de ces produits sont encore en phase de pilotage, et tendent à se concentrer sur les formes d'assurance les plus simples, comme l'assurance décès ou accident.

Pays	Opérateur mobile	Assureur	Partenaires	Nom du produit	Description du produit	Utilisation de la téléphonie mobile
Afrique du Sud	Clickatell	Metropolitan Insurance		Cover2go	Couverture en cas de décès accidentel et de funérailles	Souscription via SMS et paiement des primes par crédit téléphonique
Afrique du Sud	Divers	Hollard Insurance	Take it Eezi (Sharedphone)	My Funeral Card	Produit d'assurance funérailles	Primes encaissées via le système de paiement «Take it Eezi» (carte SIM spéciale qui s'insère dans l'interface des appareils portables). Rappels SMS pour la collecte des primes
Bangladesh	Banglalink	Jiban Bima			Produit d'assurance sur la vie	Paiement des primes par téléphone
Ghana	MTN	Golden Life	MFS Africa, Hollard Insurance, MicroEnsure	mi-Life	Produit d'assurance-vie commercialisé auprès des abonnés de MTN MobileMoney	Enregistrement des demandes d'indemnisation, demandes de renseignement et paiement des primes au moyen de la plateforme d'argent mobile MTN MobileMoney
Honduras	Tigo	Seguros Ficohsa		Seguro Medico via Celular	Assurance prévoyant la couverture des frais médicaux en cas d'accident	Souscription via SMS et paiement des primes par crédit téléphonique
Inde	Airtel	Reliance Life Insurance Company Ltd	mChek	Plan gratuit d'assurance temporaire collective sur la vie	Couverture valable pour une période de 6 mois à compter de la date de souscription	Couverture fonction de l'utilisation du service au cours des six mois antérieurs. Enregistrement via SMS
Inde	IDEA Cellular	Birla Sun Life Insurance		Assurance temporaire collective sur la vie	Produit d'assurance-vie offrant un an de couverture aux personnes âgées de 18 à 35 ans	Enregistrement via téléphone portable après téléchargement d'un signal d'appel spécifique et fourniture d'informations personnelles (âge, etc.) via SMS
Inde	BNSL	MS General Insurance Company Ltd		Programme BNSL d'assurance personnelle en cas d'accident	Assurance accident offerte comme récompense de fidélité pour une valeur de 50.000 roupies (944 dollars US)	Assurance gratuite offerte à l'ensemble des abonnés de services mobiles post payés Enregistrement via SMS
Inde	Bharti Airtel	harti Axa Life (participation Bharti cédée à Reliance en juin 2011)		BEAM	Assurance IARD et sur la vie	Encaissement des primes et versement des indemnités par téléphone portable

Pays	Opérateur mobile	Assureur	Partenaires	Nom du produit	Description du produit	Utilisation de la téléphonie mobile
Indonésie	Telkomsel	Takaful Safari Insurance, Jiwasraya Staco Insurance			Assurance accident pour un montant de 100 M de roupies (11.200 dollars US) offerte pendant les fêtes d'Idul Fitri	Souscription possible via T-Cash
Indonésie	Telkomsel	Commonwealth Life		Advanced Comm Care	Assurance accident commercialisée auprès de la clientèle T-Cash	Souscription via SMS et T-Cash
Kenya	Safaricom	UAP Assurance	Fondation Syngenta pour une agriculture durable	Kilimo Salama	Produit d'assurance indexé sur des mesures météorologiques et conçu pour protéger les producteurs de blé et maïs contre la sécheresse et les pluies trop abondantes	Encaissement des primes et versement des indemnités via M-PESA. Scanners portables pour la mise en place des contrats
Kenya	Safaricom	Britak			Assurance accident personnelle	Souscription et paiement des primes via M-KESHO
Kenya	Ensemble des opérateurs offrant des services d'argent mobile au Kenya Tous les services d'argent mobile	Groupe d'assurance CIC		CIC M-Bima	Produit de capitalisation sur 12 ans combinant un support d'épargne et une couverture invalidité. Les clients sont encouragés à épargner; ils perçoivent des intérêts sur leur épargne et bénéficient d'une couverture immédiate d'assurance-vie	Encaissement des primes via les plateformes d'argent mobile (M-PESA, Airtel Money, Yu-Cash...) et rappels SMS hebdomadaires pour le paiement de celles-ci
Kenya	Safaricom		MicroEnsure, FrontlineSMS: Credit ChildFund	Akiba Sure	Produit associant un support d'épargne et une assurance-décès en faveur des enfants en cas de décès de leur gardien. Le produit d'une durée de deux ans repose sur des contributions d'épargne de 10 à 60 KES par (0,10 à 0,60 dollars US) avec reversement de l'épargne en fin de contrat en l'absence de demande d'indemnisation	Utilisation du logiciel PaymentView de FrontlineSMS: Credit pour le suivi des paiements M-PESA via SMS, suivi des progrès d'épargne des clients pour le respect des minima requis par le produit et messages de rappel et d'information par SMS
Kenya	Safaricom	GA Insurance Ltd	Chamgamka, Microhealth Ltd	Chamgamka,	Produit flexible associant épargne et assurance maladie mobiles conçu pour aider les familles à épargner en vue des frais de naissance	Cartes à puce de recharge téléphonique via M-PESA
Kenya		Kenya Oriental Insurance Ltd		Safari Bima	Couverture accident personnelle	Souscription par carte de forfait via SMS
Namibie (et Zimbabwe)	Econet	First Mutual Life	Trustco	Ecolife	Assurance pour la vie pour les clients Econet utilisant le prépaiement et respectant un minimum d'utilisation	Enregistrement via SMS

Pays	Opérateur mobile	Assureur	Partenaires	Nom du produit	Description du produit	Utilisation de la téléphonie mobile
Pakistan	ZONG	Adamjee Life		ZONG Assurance	Assurance décès accidentel et invalidité pour cause d’accident ou de terrorisme	Souscription via SMS à l’un ou l’autre des trois plans offerts. Prélèvements quotidiens de 2 à 5 roupies (0,02 à 0,05 dollars US) pour une couverture annuelle de 1.130 à 3.390 dollars
Philippines	Globe	Oriental Insurance		Hospital Benefit Plan	Assurance accident et hospitalisation pour les bénéficiaires de virements reçus via GCASH	Couverture basée sur le nombre de virements reçus via la plateforme d’argent mobile GCASH
Philippines	SMART	Philamlife		Aksitext	Produit d’assurance-vie offrant aux clients de SMART une couverture en cas de décès accidentel: le paiement d’une prime de 0,24 dollars permet de bénéficier d’une couverture accident/décès de 240 dollars	Souscription via SMS et paiement des primes par crédit téléphonique
Tanzanie	Airtel	Real Insurance			Assurance-vie commercialisée auprès des clients d’Airtel Money	Encaissement des primes de Real Insurance via la plateforme d’argent mobile d’Airtel Money
Tanzanie	Tigo	Golden Crescent	Bima, MicroEnsure	Tigo Bima	Produit d’assurance-vie offert aux clients utilisant les services prépayés de Tigo pour un certain montant, couvrant l’utilisateur ainsi qu’un membre enregistré de sa famille	Souscription via SMS et paiement des primes par crédit téléphonique
Tanzanie	Vodacom		Programme communautaire de réhabilitation complète en Tanzanie (CCBRT), UNFPA		Assurance non traditionnelle. Versements caritatifs en faveur des femmes souffrant de la fistule obstétricale afin de faciliter leur déplacement à l’hôpital	Versement des indemnités via M-PESA
Thaïlande	DTAC	Muang Thai Life Insurance		DTAC Lifecare	Produit d’assurance-vie post payé	Souscription via SMS et paiement des primes par crédit téléphonique
Thaïlande	True			TrueMove	Produit d’assurance-vie en cas de décès accidentel et de frais médicaux. Couverture limitée à dix jours de voyage	Assurance offerte aux clients voyageant à l’étranger qui utilisent le post paiement et le service téléphonique itinérant (roaming). Souscription par appel au *9399 ext. 5 dans les 7 jours précédant la date de départ
Thaïlande	AIS	CIGNA Insurance			Couverture personnelle en cas d’accident pour une durée de 3 mois avec remboursement des frais médicaux à hauteur de 5.000 Bt (162 dollars US)	Assurance offerte aux clients de GSM Advance dans tout le pays. Souscription par téléphone mobile en appelant *101. Primes gratuites

Lectures supplémentaires

Protecting the Poor: A Micro-assurance Compendium (« La protection des personnes défavorisées: un abrégé de micro-assurance »), édité par Craig Churchill Disponible sur: <http://www.micro-assurancecompendium.org/>

The Role of Cell Captive Insurance in the Development of the South African Microinsurance Sector (« Le rôle de l’assurance captive des services de téléphonie mobile dans le développement de la micro-assurance en Afrique du Sud »), Derek Pead et Lynn Witten Disponible sur: http://www.cenfri.org/documents/micro-assurance/Alchemy_Cell%20captives_final%20draft30072010.pdf

Insurance and Technology to Better Serve Emerging Customers: Learning to Improve Access and Service (« Assurance et technologie pour mieux servir la clientèle émergente: Apprendre à améliorer l’accès et le service »), Zurich Financial Services Group Disponible sur: http://www.zurich.com/internet/main/SiteCollectionDocuments/insight/Insurance_and_Technology.pdf

Insurance in Developing Countries: Exploring Opportunities in Microinsurance (« L’assurance dans les pays en développement: un examen des possibilités offertes par la micro-assurance »), Lloyd’s 360° Risk Insight Disponible sur: <http://www.lloyds.com/~media/Lloyds/Reports/360%20Other/InsuranceInDevelopingCountries.pdf>

L’assurance dans les marchés émergents: solide évolution; opportunité pour l’assurance agricole, Compagnie Suisse de Réassurance Disponible sur: http://media.swissre.com/documents/sigma1_2007_fr.pdf

M-Insurance: The Next Wave of Mobile Financial Services? (« L’assurance mobile: la nouvelle vague des services financiers mobiles? »), Jeremy Leach Disponible sur: <http://www.microensure.com/news.asp?id=47&start=5>

The Landscape of Microinsurance in the World’s 100 Poorest Countries (« Le marché de la micro-assurance dans les 100 pays les plus pauvres de la planète »), Jim Roth, Michael J. McCord et Dominic Liber Disponible sur: http://www.microfinancegateway.org/gm/document-1.9.29195/40285_file_15.pdf

The Demand for Microinsurance in Pakistan (« La demande de micro-assurance au Pakistan »), Elizabeth McGuinness et Volodymyr Tounytsky Disponible sur: http://www.microfinanceopportunities.org/docs/Demand_for_Micro-assurance_in_Pakistan.pdf

Weather Index Insurance: The Case for South Africa (« L’assurance indexée sur la météo: le cas de l’Afrique du Sud »), Shadreck Mapfumo Disponible sur: http://www.microfinancegateway.org/gm/document-1.9.29543/43854_file_Weatherinsurance_SA.pdf

“The Landscape of Microinsurance In Africa” (« Le marché de la micro-assurance en Afrique »), Michal Matul, Michael J. McCord, Caroline Phily et Job Harms Disponible sur : http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_124365.pdf

“Micro-Insurance: Extending Health Insurance to the Excluded” (« Micro-assurance: offrir une assurance maladie en faveur des exclus »), David Dror et Christian Jacquier Disponible sur: http://www.micro-assurancenet.org/file/extendinghealthinsurance_to_the_excluded.pdf

“Access to Insurance and Financial Sector Regulation” (« L’accès à l’assurance et la réglementation du secteur financier »), Arup Chatterjee (à paraître)



Pour plus d'information, veuillez nous contacter:
mmu@gsm.org
GSMA London Office
T +44 (0) 20 7356 0600

