



Farid Chedid, Président Directeur Général, Groupe Ascoma

# Le développement de la croissance économique en Afrique grâce à la stimulation du marché des assurances

## De quelle manière la pandémie de COVID-19 a-t-elle eu un impact sur le secteur de l'assurance en Afrique ?

**FARID CHEDID :** Les mesures gouvernementales visant à réduire la propagation de la COVID-19, telles que les confinements nationaux, se sont traduites par une croissance économique lente et, dans certains cas, une récession. La performance du secteur de l'assurance est traditionnellement étroitement liée à celle de l'économie – si l'économie croît, le secteur de l'assurance le fera aussi. Les entreprises d'assurance n'ont pas été en mesure de maintenir le même chiffre d'affaires pendant cette période, d'autant plus que les niveaux d'investissement ont diminué. Cela a mis la pression sur les entreprises d'assurance, les poussant à faire fructifier leurs portefeuilles face aux ralentissements économiques. Cependant, même avec ces difficultés, de nombreuses entreprises ont réussi à tirer leur épingle du jeu, non seulement grâce à une bonne gestion, mais parce qu'avant l'avènement de la pandémie, elles avaient investi dans l'infrastructure informatique.

## Quelles mesures peuvent être prises pour accroître la pénétration en Afrique subsaharienne ?

**F. Chedid :** Les entreprises suivent différentes stratégies pour relever les défis inhérents au secteur de l'assurance en Afrique subsaharienne. La numérisation, la micro-assurance et la microfinance sont essentielles pour stimuler la pénétration dans les années à venir. La numérisation est le moyen le plus simple et le plus efficace de distribuer des produits et de toucher une plus grande partie de la population, notamment par le biais d'applications, mais tout le monde n'a pas un smartphone ou un revenu disponible. Bien que cela rende l'assurance de détail plus difficile, la numérisation est la solution à long terme. À court terme, cependant, les entreprises peuvent se concentrer sur l'assurance commerciale, ainsi que travailler avec des entreprises pétrolières, gazières, minières, d'énergie renouvelable et industrielles par l'intermédiaire des courtiers pour fournir des solutions de gestion des risques. Pour accroître la pénétration et la sensibilisation, il est nécessaire d'aider les courtiers à promouvoir leurs produits et leur expertise en matière de gestion des risques au niveau des individus, des familles et des entreprises. De nos jours, les produits et les solutions en matière de santé, d'avantages sociaux des employés, de violence politique et de cyber-risque sont indispensables.

Si les courtiers sont parfois perçus comme travaillant contre les entreprises d'assurance, ils sont en fait des atouts importants dans le secteur car ils assurent la promotion et la distribution des produits. En effet, ce qui fait la différence entre un marché qui réussit et un marché qui échoue, c'est la coopération entre tous les acteurs, comme c'est le cas avec la Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurance, un groupe de quatorze pays qui partagent un code d'assurance commun.

## Comment l'assurance peut-elle soutenir une croissance économique plus large ?

**F. Chedid :** L'assurance est à la fois un investissement et un facilitateur de dépenses. Les courtiers internationaux jouent le rôle d'ambassadeurs, aidant les investissements directs étrangers dans chaque pays en apportant une connaissance locale et une évaluation des risques des situations politiques, sociales, économiques, juridiques, environnementales et technologiques. Les courtiers aident à contrôler l'exposition et transfèrent l'impact des sinistres aux assureurs. Les risques stratégiques peuvent ensuite être analysés et des solutions fournies pour stimuler les investissements.

Par exemple, le principal soutien économique d'une famille doit économiser de l'argent en cas de maladie ou de décès soudain. Cependant, si l'individu souscrit une assurance maladie et une assurance vie, il effectuera un investissement qui lui permettra de consacrer une part beaucoup plus importante de son revenu aux besoins quotidiens. L'assurance est intrinsèquement un outil important pour la croissance économique. Malheureusement, l'assurance n'est pas toujours utilisée de cette manière. Pour faciliter un changement de mentalité, il faut sensibiliser davantage la population au fonctionnement de l'assurance et à la manière dont chacun peut en bénéficier. Cela encouragera les gens à dépenser et à investir davantage, contribuant ainsi à la croissance de l'économie. Les campagnes de sensibilisation doivent être largement centrées sur les individus et les familles, car les entreprises savent généralement déjà comment utiliser les assurances.