



Towards a **micro-insurance** system
for **sustainable entrepreneurship** in Algeria
SHORT VERSION OF THE DIAGNOSTIC REPORT

Vers un système de **microassurance**
pour assurer un **entrepreneuriat durable** en Algérie
VERSION COURTE DU DIAGNOSTIC NATIONAL

Bilingual version : English - Français

EDITOR

**Deutsche Gesellschaft für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH**
Dr. Siegmund Müller, Country Director
GIZ Office Algeria
Phone: + 213 21 92 10 57 / + 213 21 92 39 06
Fax: + 213 21 92 05 54 / + 213 21 92 09 90
Web: www.giz.de
Email: giz-algerie@giz.de

**Programme for Sustainable Economic Development
GIZ-DEVED**

Ms Marita Riedel, Director
M. Jonathan Buhl, Coordinator of the study project
M. Mahrez Ait Belkacem, Consultant

Access to Insurance Initiative - A2ii



access to insurance initiative

Ms Marike Brady, Interim Executive Director
Mr Onur Azcan, GIZ-A2ii
Ms Martina Wiedmaier-Pfister, Consultant

Authors of the diagnostic report

M. Jean-Luc Fontaine, Coordination



Mr Noël Guibert, Expert
Mr Chérif Benhabiles, Expert
Mr Hacene Boubedra, Expert
Mr Yahia Cherif, Expert
Mr Ahmed Hadj Mahammed, Expert
Mr Mekki Madani, Expert

Revision and graphic design

Mr Idriss Loubar, Consultant

Photos

Mr Rafik Zaidi, Photographer
Photo Gallery of GIZ-DEVED

Publishing

September 2013

TABLE OF CONTENTS

TABLE DES MATIÈRES

FOREWORD	6
I. EXECUTIVE SUMMARY	7
1. Market context	7
2. Demand-side analysis	8
3. Supply-side analysis	9
4. Analysis of the regulatory framework in Algeria	11
5. Recommendations relating to the regulatory framework	12
6. Recommendations relating to market conduct and the non-regulatory framework	12
II. RECOMMENDATIONS AND PROPOSALS	13
1. Framework for micro-insurance regulation, supervision and policy	13
2. Recommendations relating to market conduct and the non-regulatory framework	19
3. Supplementary recommendations made by the Taskforce committee	21
4. Supplementary recommendations arising from the 'Dialogue in perspective – Investing in people' initiative	22
PRÉAMBULE	25
I. RÉSUMÉ EXÉCUTIF	26
1. Contexte du marché	26
2. L'analyse de la demande	27
3. L'analyse de l'offre	28
4. L'analyse du cadre réglementaire en Algérie	30
5. Les recommandations concernant le cadre réglementaire	31
6. Les recommandations relatives au marché et non réglementaires	31
II. RECOMMANDATIONS ET PROPOSITIONS	32
1. Le cadre réglementaire, de contrôle et politique de la microassurance	32
2. Les recommandations pour les conduites de marché et le cadre non réglementaire	38
3. Les recommandations complémentaires de la part du comité de la Task force	40
4. Les recommandations complémentaires issues du "Dialogue en perspectives - Investing in People"	41

ACKNOWLEDGEMENTS

Any diagnostic report requires effective teamwork; sincere thanks therefore go to all those who have contributed to preparing this report.

Taskforce members

Ministry of Industrial Development and Investment Promotion:

- Mr Ammouri Brahiti, Director General of Small and Medium-Sized Enterprises Promotion;
- Mr Mehadji Harraz, Director of Studies.

Ministry of Finance:

- Mr Kamel Merami, Director of Insurance;
- Mr Kamel Meraghni, Deputy Director of Insurance;
- Mr Hakim Benbouabdallah, Secretary to the National Insurance Council.

Ministry of Agriculture and Rural Development:

- Mr Abdelkader Rachedi, Director of the Directorate General for Forests;
- Ms Fatiha Djehiche, Advisor to the Minister;
- Mr Chérif Benhabiles, Assistant Director General, National Agricultural Mutual Benefit Fund (CNMA).

Ministry of National Solidarity and the Family:

- Ms Nawal Benghafour, Deputy Director.

The private sector:

- Mr Abdelhamid Mahi, Risk Manager, Alliance Assurances;
- Mr Ahmed Hadj Mohammed, Managing Director, GAM Assurances;
- Mr Abdellali Derrar, Director General, INSAG (insurance and management school).

Authors of the report

- Mr Chérif Benhabiles, expert
- Mr Hacene Boubedra, expert
- Mr Yahia Cherif, expert
- Mr Jean-Luc Fontaine, expert
- Mr Noël Guibert, expert
- Mr Ahmed Hadj Mohammed, expert
- Mr Mekki Madani, expert

Sincere thanks to the team at DID (Développement International Desjardins, Canada) for their expertise and for coordinating the study.

Special thanks also to all those who took the time to meet with the experts, particularly those involved in the focus groups in Oran, Tipasa, Algiers and Blida. Without their collaboration, this report would not have been possible. The study team hopes that this study provides as accurate an insight as possible into the current situation and potential of the micro-insurance market in Algeria.

About Access to Insurance Initiative - A2ii

The Access to Insurance Initiative is a global partnership that works with insurance supervisors in developing regions of the world. Its goal is to increase access to insurance markets, particularly for the low-income population. Through its link with the international standard-setting body for insurance, the International Association of Insurance Supervisors (IAIS), it unites insurance supervisors and development partners to promote sound, effective and proportionate regulation and supervision of insurance markets in a way that is consistent with international standards.

The Initiative's vision is to increase financial inclusion in insurance markets for the low-income population. To achieve this vision, the Initiative supports global learning and strengthens the capacity of policymakers, regulators and supervisors seeking to create inclusive insurance markets.

The Initiative was launched in October 2009 as a partnership between International Association of Insurance Supervisors (IAIS), German Federal Ministry for Economic Cooperation and Development (BMZ), CGAP, International Labour Office (ILO), FinMark Trust, United Nations Capital Development Fund (UNCDF).

The Secretariat of the Initiative is hosted by the Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) on behalf of the Federal Ministry for Economic Cooperation and Development (BMZ).

An increasing number of development partners support Initiative projects at national, regional and global level, including the Asian Development Bank, the FIRST Initiative, GIZ/Making Finance Work for Africa, the Inter-American Development Bank through its Multilateral Investment Fund and the Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands.

The partnership with the IAIS is at the heart of the Initiative: supervisors are catalysts of change in their jurisdictions and their commitment and contributions are central to the Initiative's work and the impact it aims to achieve.

Towards a **micro-insurance** system
for **sustainable entrepreneurship** in Algeria

SHORT VERSION OF THE DIAGNOSTIC REPORT

FOREWORD

An increasing number of businesses, particularly very small and small enterprises, are not insured against the risks connected with their operations. In the Algerian economy and society in general, entrepreneurs face growing income insecurity.

The formalisation of enterprises and the extension of sustainable and responsible entrepreneurship are prerequisites for building an environment conducive to development, in which both entrepreneurs and employees are protected (health, old age and accident insurance) and the risks faced by enterprises are limited (product and service liability, fire and water damage, operating losses, etc.).

The key problem is that very small and small enterprises in Algeria do not have access to insurance products that are appropriate to their needs and that can be considered reliable because they are subject to comprehensive regulation, guaranteeing consumer protection among other things. Such products do, however, exist and have been successfully used in a number of countries. This type of insurance is called micro-insurance.

It was this situation that prompted Algeria's Ministry of Industrial Development and Investment Promotion in October 2012 to undertake, in partnership with the Programme for sustainable economic development in Algeria implemented by the Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, an in-depth study on the potential and opportunities of micro-insurance products in the Algerian market. The study was conducted by a technical team with the support of the Access to Insurance Initiative (A2ii), hosted by GIZ in Eschborn (Germany), and assisted by a team of local and international experts. The study was also supported by a Taskforce, set up in 2011 by the above-mentioned GIZ programme, with the strong participation of representatives of the Ministries of Finance, Agriculture and Rural Development, and National Solidarity and the Family. In addition to these ministerial representatives, the Taskforce also included representatives from the private and public insurance sectors, insurance and enterprise development experts, representatives from private sector organisations and the users of insurance products and services in Algeria.

The first step involved carrying out a detailed analysis of developments using Access to Insurance Initiative's tested methodologies and knowledge that draw on their wealth of practical experience in this area. The analysis examined supply and demand and, in particular, aspects of market regulation, with a focus on consumer protection and the aid policy designed to provide social and economic support to the system and the actors involved.

Once the A2ii methodologies had been validated and the institutional and operational actors had signalled their acceptance of the contents of the study and the relevance of the recommendations made, an analysis of the findings was required. To this end, a preliminary meeting was held on 19 June 2013, as part of the 'Dialogue in perspective – Investing in people' initiative, to share and discuss the results, focusing on the needs of very small, small and medium-sized enterprises and young men and women entrepreneurs in Algeria.

Dr. Siegmund Müller
Country Director
Office GIZ in Algeria

Marita Riedel
Programme Director
Programme for sustainable economic
development - GIZ-DEVED

Ammouri Brahiti
Director General of Small and Medium-
Sized Enterprises Promotion,
Ministry of Industrial Development and
Investment Promotion

I. EXECUTIVE SUMMARY

With a view to improving the employment situation, particularly with regard to young people, the Algerian Government is committed to promoting the development of a competitive private sector, with a focus on very small, small and medium-sized enterprises, which currently employ 70% of the labour force in the formal sector. It is with this goal in mind that the study examines the current situation, the environment and the supply and demand sides of the market. It also recommends ways and means of supporting the promoters of such enterprises, particularly the provision of insurance products and services to reduce, if not eliminate, some of the risks that could jeopardise their operations.

The first step involved conducting a country diagnostic assessment using Access to Insurance Initiative's tested methodologies and knowledge that draw on their wealth of practical experience in this area. The analysis examined supply and demand and aspects of market regulation, with a focus on consumer protection and the aid policy designed to provide social and economic support to the system and the actors involved. The study was also supported by a Taskforce, set up in 2011 by the GIZ Programme for supporting sustainable economic development in Algeria. The findings of the assessment will first be discussed nationally and will then be presented to other people interested in this subject in the Middle East and North Africa (MENA) region at an international conference to be held in 2013.

The objectives of this study are to formulate specific recommendations for Algeria and also to identify lessons learned, which could be useful to other countries, about the most effective way of promoting the development of the micro-insurance market.

1. Market context

The total population of Algeria stood at 37.1 million on 1 January 2012, representing an increase of 2.04% since 2010. Since the 1970s, the country has witnessed a significant rural exodus, with people moving to the bigger cities. As a result, the proportion of the population living in urban areas has been rising steadily, reaching 67.1% in 2011. At present, an esti-

mated 96% of the population lives in just 17% of Algeria's territory, mainly in the northern part of the country.

One of Algeria's priorities is to develop its human resources. Its overall performance in terms of access to basic education and health care is good, and efforts are being made to coordinate public policies more effectively and provide higher quality services. However, the question of access to housing remains a major challenge, along with unemployment, which affected 10% of the labour force in 2011 (and 27% of people under the age of 30).

The recent wave of regime changes and political reform that swept through the Middle East and North Africa did not affect Algeria on any significant scale. Nonetheless, in response to popular protests, the authorities did take measures to bolster employment and purchasing power.

Algeria's economy is largely based on the secondary sector (industry), which accounts for 62% of gross domestic product (GDP) and employs 33.1% of the labour force. The oil and gas sector alone accounts for 30% of GDP. The government therefore faces the enormous challenge of diversifying Algerian industry, as the economy's heavy reliance on hydrocarbons is a potential handicap for sustainable development in the country. The tertiary sector, consisting mainly of wholesale and retail activities, contributes 31% to GDP and employs over half the labour force (55.2%).

Historically, the insurance market in Algeria was monopolised by government-owned companies, after the nationalisation of insurance companies in 1966. It was not until 1995 that private companies were allowed to enter the market again. The Algerian insurance market is currently composed of 21 insurance companies, including four government-owned companies, which cornered 67% of the market in 2011. The market share held by private companies has been steadily rising since 2000 (around 2% to 3% a year and a cumulative growth rate of 33% over the last ten years), standing at 25% in 2011.

Key facts

- Algeria has a total population of almost 39 million citizens (2013).
- The proportion of the population living in urban areas has risen steadily, reaching 67.1% in 2011.
- An estimated 96% of the population now occupies just 17% of Algeria's territory, mainly in the northern part of the country.
- The authorities have taken measures to bolster employment and purchasing power.
- The economy is largely based on the secondary sector (industry), which accounts for 62% of GDP and employs 33.1% of the labour force.
- The oil and gas sector alone accounts for 30% of GDP; the country faces the enormous challenge of diversifying its industry.
- The tertiary sector accounts for 31% of GDP and employs over half the labour force (55.2%).
- Agriculture (primary sector) accounts for 7% of GDP and employs 11.7% of the labour force.
- The inflation rate is on the rise, increasing from 4.2% in January 2011 to nearly 9% in December 2012, and there is no prospect of it falling in the short term.
- Unemployment (overall rate of 10% in 2010) affects 21.5% of people under 24 years of age.
- Around 50% of the labour force is in informal employment.
- In spite of government efforts and a relatively favourable macroeconomic situation, the population as a whole has not seen a corresponding improvement in its standing of living. The government therefore needs to press ahead with action to address this challenge.

2. Demand-side analysis

The micro-insurance target market in the short and medium term consists of 60% of Algeria's population, including small and medium-sized enterprises (SMEs) in particular.

The SME sector is expanding at a significant pace as a result of the country's economic and social needs. An estimated 4 million people are involved in this sector, providing a considerable untapped potential target market for micro-insurance.

The majority of the focus group participants identified the risk of illness as the biggest concern of individuals and their families. Other risks they face are death, fire, weather-related disasters and other unforeseeable events (accidents, etc.). The main reason given by participants for not taking out insurance is that they could not afford it.

The men and women entrepreneurs asked said that they were not averse to the idea of taking out insurance

and showed a preference for large insurance companies (because of their reputation).

Key facts

- The demand for insurance is largely generated by institutional and contractual obligations.
- The target market for micro-insurance in the short and medium term consists of 60% of the population, including SMEs.
- According to Algeria's National Statistics Office (ONS), there are over 959,718 enterprises operating in the country, mainly limited liability companies (SARLs) and single-member limited liability companies (EURLs), which are family run and have no more than ten employees.
- Over the past five years, a large number of enterprises have been created, resulting in a 27% increase in the total number.
- There are an estimated 4 million young men and women entrepreneurs in both formal and informal employment who are non-wage earners, with just 1.4 million of these being registered with the social security fund for non-wage earners (CASNOS) and less than 0.5 million paying contributions.
- Takaful is an Islamic not-for-profit insurance system based on mutual aid.
- Life insurance is regarded by Muslims as involving usury and gambling, which are forbidden in their religion. These beliefs are more entrenched in rural areas, making it more difficult for micro-insurance to be introduced there.
- Investors putting up money to create small enterprises consider it very important to abide by the principles of Shariah law for the financing of their projects and prefer to use their own resources rather than borrow from conventional banks.
- Finding the right balance between value and affordability to meet customer needs and preferences is a real challenge.
- The majority of the focus group participants identified the risk of illness as the biggest concern of individuals and their families. Other risks they face include death, fire, weather-related disasters and other unforeseeable events (accidents, etc.).
- The main reason given by participants for not taking out insurance is that they could not afford it.
- The men and women entrepreneurs asked said that they were not averse to the idea of taking out insurance and showed a preference for large insurance companies (because of their reputation).
- There are real insurance needs in Algeria and great potential for market expansion. In this context, micro-insurance can be seen as a path to finding effective solutions. The approach is based on the delivery of appropriately adapted insurance services to people whose needs are not met by conventional insurance. It targets low-income people in both formal and informal employment in rural, urban and peri-urban areas.

3. Supply-side analysis

a. Government welfare system

Under Algeria's national social security system, the government provides coverage for risks, as recommended by the International Labour Organization (ILO), for wage earners and non-wage earners. Although an estimated 80% of Algeria's population has partial health and sickness insurance coverage, it is a different story when it comes to social insurance protection. According to a household employment survey conducted in 2010 by the National Statistics Office, half of all workers in Algeria are not registered with the social security system, which means that, apart from partial health and sickness coverage, they have no social insurance protection (disability, death, old age and private health care).

In addition to the public system, there are also private health services, including 99 good-quality private clinics in 30 wilayas (provinces) around the country, as well as several dozen dialysis centres, laboratories and medical testing and imaging facilities. There are also 82 medical transportation providers operating in some 40 wilayas.

b. Traditional insurance sector

The Algerian insurance market is lagging behind global and regional markets. The market penetration rate of 0.7% for insurance (0.6% non-life and 0.1% life) remains weak compared with industrialised countries (9%), the average rate for emerging countries (3%) and the rate registered by other Maghreb countries (Morocco: 2.9% and Tunisia: 1.8%). The Algerian market holds considerable potential, which insurers could tap into through micro-insurance. This would enable them to explore new markets and build a strong brand image, which they could then use to sell other conventional insurance products.

The insurance market in Algeria is dominated by vehicle insurance, which accounted for 51% in terms of sales in 2011, while life, health, accident and disability insurance accounted for just 8%. A look at the distribution of production by branch in 2011 reveals the glaring lack of diversification of the risks covered. The coverage of specific risks is sorely lacking, in spite of the fact that individuals and legal entities are legally required to take out certain types of compulsory insurance cover, such as insurance against natural disasters.

The micro-insurance market in Algeria is essentially characterised by credit insurance, which banks require young men and women entrepreneurs, among others, to take out when they apply for loans. However, they account for only a tiny proportion of premiums,

specifically 0.01% of the total sales figures of insurance companies. Apart from this type of product, there are no other micro-insurance products currently available on the Algerian market.

c. Young men and women entrepreneurs

In recent years, the Algerian Government has put in place a series of mechanisms to promote the creation of very small and small enterprises by young people, the unemployed in general and unemployed women in particular. These mechanisms provide bank financing for medium-sized, small and micro-enterprises (micro-finance), particularly those registered with the National Microcredit Management Agency (ANGEM) or the National Unemployment Benefit Fund (CNAC), or young men and women entrepreneurs registered with the National Agency for Youth Employment (ANSEJ).

With a view to ensuring the solvency of these young entrepreneurs, banks require them to take out insurance policies providing cover for death and disability as well as non-life insurance covering their projects against the occurrence of unforeseeable events, with a clause naming the lender as beneficiary.

d. Bancassurance sector

The banking sector in Algeria comprises six public commercial banks, fourteen foreign private commercial banks and seven financial institutions. In spite of this, the percentage of people with access to banking services remains low, particularly when considering the untapped market potential and the significant money supply, estimated at around USD 45 billion by the World Bank. Pursuant to a law enacted in 2006, banks are authorised to sell certain insurance products.

e. Microfinance

Microfinance was introduced in Algeria some twelve years ago with a view to promoting job creation, the establishment of small and medium-sized enterprises, agricultural and rural development, and assistance for women, with a focus on income insecurity rather than poverty. As a government supporting measure, provision has been made for multifinance from public banks and donors, all partially covered by various guarantee funds. In spite of these measures, the system is still plagued by significant weaknesses, which have undoubtedly held back the development of microfinance and stifled its economic and social impact.

f. Intermediaries

There are many intermediaries in the insurance sector in Algeria, including:

- the network of insurance companies with their 918 direct agencies, 640 general agents and 25 brokers;

- the National Agricultural Mutual Benefit Fund network, with 62 regional branches and 294 local offices;
- the bancassurance network;
- institutions supporting SMEs and the agricultural sector.

All these networks offer significant potential for the distribution of micro-insurance products.

g. Takaful insurance

In Muslim countries, the insurance market in general, and the life insurance market in particular, remain very weak. In addition to the fact that there is no inherent insurance culture in these countries owing, among other things, to the Muslim's belief in predestination which eliminates the notion of risk, there is also a negative perception of insurance in Islamic societies due to its association with usury and gambling, which are prohibited by the religion. In such contexts, the Takaful model can provide a useful approach to the development of insurance.

Takaful insurance is based on the principles of mutual cooperation and the sharing of risk among a group of members. It stems from the idea that individuals should protect one another. It differs from conventional insurance in that it complies with the prohibitions on lending money at interest, uncertainty, speculation and gambling. The technical aspects of managing a Takaful insurance company are similar to those faced by a traditional insurer. The main differences are that the funds of the shareholders are kept separate from those of the policyholders and that all transactions are conducted in strict compliance with Islamic religious laws.

h. Informal sector

According to the National Statistics Office, around 50% of the labour force is in informal employment. This sector is characterised by considerable gaps in social protection, poor working conditions and job insecurity. It is important to note that the government, employers and all other components of Algerian society are aware of the pressing need to address the problems of the informal economy as a matter of national priority.

Some economists estimate that private enterprise only contributes around 1% to the tax revenues entering the public coffers, although it generates over 80% of total value added, excluding hydrocarbons. The Ministry of Trade estimated the value of uninvoiced goods and services escaping taxation at the end of 2011 at more than USD 1.2 billion. It is worth noting that women as well as men are engaged in informal economic activities.

Community structures providing mutual social assistance are common in Algeria. These traditional societal

structures are sometimes over a thousand years old, based on the social organisation typical of certain communities in Algerian society, and play an ongoing role in promoting solidarity to provide social and economic assistance to those in need.

Key facts

- Just 20% of all non-wage earners (excluding their dependents), estimated at around 4 million people, actually pay contributions, with only 12% to 15% up to date in the payment of these contributions and eligible for protection under the CASNOS scheme.
- With regard to the situation of wage earners (estimated at 10 million people), it is important to note that although all public-sector wage earners have full social protection coverage, the employers of the majority of wage earners in the private sector do not declare their workers (sometimes in collusion with the wage earners themselves), which leaves these undeclared workers with no social protection.
- 80% of the population have partial health and sickness insurance.
- Half of all workers in Algeria are not registered with the social security system, which means that they have no social insurance protection (disability, death, old age and health care) except for partial health and sickness coverage.
- The market penetration rate of 0.7% for insurance (0.6% non-life and 0.1% life) remains weak compared with industrialised countries (9%) and the average for emerging countries (3%).
- Life, health, accident and disability insurance in Algeria accounts for 7.8% of the total amount of premiums written in 2011, while in Tunisia they amounted to 12% and in Morocco to 32%. In other parts of the world, premiums for this type of insurance account for around two-thirds of the total amount of the premiums written.
- The Algerian insurance market is dominated by the four government-owned companies, which cornered 67% of the market in 2011, while private companies held a market share of 25%.
- The insurance market is still dominated by the vehicle insurance branch, which accounted for 51% of sales in 2011.
- There is a lack of diversification in the risks covered and significant gaps in the coverage of specific risks, in spite of the fact that certain categories of insurance are compulsory.
- Companies are competing with each other on price and for the establishment of a customer base composed of enterprises at the expense of product diversity and service quality.
- The Algerian Government has put in place a series of mechanisms to promote the creation of micro and small enterprises by young people and the unemployed in general and unemployed women in particular (ANSEJ, ANGEM and CNAC); banks require these entrepreneurs to take out policies for death and disability insur-

ance and non-life insurance; less than a third of these people use financing and insurance services.

- The six public banks continue to dominate the banking sector, accounting for almost 90% of deposits and lending in the country.
- The percentage of people with access to banking services remains low, particularly when considering the untapped potential.
- Since 2007, banks have been permitted to offer certain insurance products, although bancassurance sales accounted for just 0.2% of overall sales by the sector in 2011.
- In spite of the support mechanisms implemented by the government, the system is undermined by weaknesses that have undoubtedly inhibited the development of micro-finance and stifled its economic and social impact.
- There are many intermediaries in the insurance sector in Algeria, including the network of insurance companies, brokers, the National Agricultural Mutual Benefit Fund network, the bancassurance network, institutions supporting SMEs and the agricultural sector.
- Commercial insurance policies, issued by commercial insurance companies, involve a significant element of uncertainty. They are therefore unacceptable to Muslims, as they are prohibited by Shariah law.
- Two forms of insurance are admissible, provided that the investment vehicles are Shariah compliant: mutual insurance, because it is based on mutual assistance, and social insurance, because it is based on social cooperation and is non-profit making.
- The expansion of Islamic finance with more than 300 financial institutions operating in more than 75 countries and holding assets in the region of USD 800 billion is a factor that could contribute to the emergence of Takaful insurance and micro-insurance.
- Around 50% of the labour force is in informal employment.
- The government, employers and all other components of Algerian society are aware of the pressing need to address the problems of the informal economy as a matter of national priority.
- There are many traditional communities in some parts of the country.
- Apart from credit insurance for borrowers, which accounts for a very small proportion of total premiums written, there are no micro-insurance projects in progress in the Algerian market.
- The Algerian insurance market is lagging behind global and regional markets. In spite of the universality of health insurance, the majority of people have only partial coverage. However, the Algerian market holds enormous potential, bearing in mind that micro-insurance would provide insurers with an opportunity to explore new markets and build a strong brand image, which they could then use to sell other conventional insurance products.

4. Analysis of the regulatory framework in Algeria

The Algerian Government's monopoly over insurance operations was established by a law enacted in 1966. According to this law, only government-owned insurance companies were allowed to carry out insurance operations for which they had been approved. It should be noted, however, that the provisions of the law did not apply to Algerian mutual insurance companies.

In 1995, the insurance market was liberalised, with the lifting of restrictions on the operation of insurance companies and their activities and the reintroduction of intermediation in the sector through brokers authorised by the Ministry of Finance and general insurance agents authorised by insurance companies. This legislation also established tighter government controls and created a body for discussion and consultation called the National Insurance Council (CNA), tasked with ensuring the successful implementation of the liberalisation process.

The law was amended in 2006, with a view to strengthening the financial security and governance of insurance companies. The amended law also contained provisions to separate life and non-life insurance activities, authorise foreign operators, create an insurance guarantee fund, allow banks to distribute insurance products (bancassurance), and set up an insurance oversight commission.

Taking into account the nature of the Algerian market and the principles and standards established, whether observed or not, it can be said that there is a regulatory framework in place in Algeria that makes insurance a regulated and supervised activity.

Today, the only networks authorised to distribute insurance are direct insurance agencies, general insurance agents, insurance brokers, banks and travel agencies.

Although there is a Takaful insurance company and two Islamic banks adapted to local regulations, Takaful and Islamic finance are not currently regulated in Algeria.

Key facts

- The Algerian Government's monopoly over insurance operations was established in 1966. The provisions of the law did not, however, apply to Algerian mutual insurance companies.
- In 1995, the insurance market was liberalised, with the lifting of restrictions on the operation of insurance companies and the reintroduction of intermediation.
- The law was amended in 2006, with a view to strengthening the financial security and governance of insurance companies. The amended law also contained provisions to separate life and non-life insurance activities, authorise foreign operators, create an insurance

guarantee fund, allow banks to distribute insurance products (bancassurance) and set up an insurance oversight commission.

- Networks authorised to distribute insurance are direct insurance agencies, general insurance agents, insurance brokers, banks and travel agencies.
- Although there is a Takaful insurance company and two Islamic banks adapted to local regulations, Takaful and Islamic finance are not currently regulated in Algeria.
- Setting the minimum capital requirement at too high a level may act as a barrier for newcomers seeking to enter the micro-insurance market.
- All insurers are required by law to keep at least 50% of their technical reserves in Treasury bonds. This legal obligation compels them to accept very low rates of return.
- By virtue of their legal status, associations can defend their members and activists, take legal action and sue for damages in criminal proceedings. Associations, which are steadily increasing in number, could constitute an effective channel for driving the development of micro-insurance.
- Most Southern countries have, for various reasons, opted for an insurance code similar to those adopted in industrialised countries. The provisions of traditional legislation pose problems for micro-insurance, including high capital requirements, onerous policy requirements and either too lax or too restrictive regulations governing insurance distributors (agents).
- Although in Algeria there is a sound regulatory framework making insurance a regulated and supervised activity, experience shows that regulation can either promote or hinder the delivery of insurance services to low-income groups. Consequently, a well-designed regulatory framework is an essential factor in ensuring the efficiency and effectiveness of micro-insurance services. Some aspects of the regulatory framework therefore need to be revised (for example, the minimum capital requirement, prudential requirements and intermediaries).

5. Recommendations relating to the regulatory framework

1. It is necessary to update the regulatory framework for Algeria's insurance sector in order to incorporate micro-insurance as a new branch of insurance and define a new micro-insurance product category that entails systematically lower risk.
2. The same insurer should be permitted to offer life and non-life micro-insurance along with traditional life or non-life insurance.
3. The creation of mutual insurance companies should be encouraged in order to expand micro-insurance when new actors enter the market.

4. A regulatory tier should be created for lower-risk micro-insurance products so that the regulator can adapt prudential and market-conduct regulatory requirements accordingly, reducing the compliance burden to facilitate least-cost underwriting and distribution.
5. Regulatory provisions need to be put in place to promote the development of new, alternative, lower-cost channels for the distribution of micro-insurance with physical proximity to potential customers (independent sales agents, clubs of insurance sales agents, associations and other structured organisations).
6. The expertise of insurers, intermediaries and distributors in the micro-insurance sector needs to be improved.
7. The Insurance Oversight Commission – the body that regulates the insurance sector in Algeria – should also oversee the micro-insurance sector.
8. The government should encourage and support the national reinsurer in developing reinsurance mechanisms.
9. The role of the Insurance and Reinsurance Union (UAR) should be broadened.

6. Recommendations relating to market conduct and the non-regulatory framework

10. Bank and non-bank microfinance mechanisms need to be improved in order to develop micro-insurance as part of the broader goal of financial inclusion.
11. Insurance companies should take measures, either individually or jointly, to stimulate the development of micro-insurance, for example, by exploring the possibility of establishing partnerships with distribution networks and developing multi-risk products.
12. Insurance companies should develop micro-insurance offerings tailored to the real needs of the target population, creating a real value proposition.
13. All the market players (government, insurers' union, companies, etc.) should step up institutional communication on insurance aimed at the general public.
14. New information and communication technology should be used in insurance activities.
15. Incentive measures, particularly tax incentives, for micro-insurance products should be institutionalised.
16. The supplementary recommendations made by the Taskforce committee should also be taken into account.

In conclusion, Algeria has enormous market potential for micro-insurance, which will benefit low-income households in general, and young men and women entrepreneurs in particular, by providing insurance cover adapted to their specific needs.

II. RECOMMENDATIONS AND PROPOSALS

The development of micro-insurance in Algeria raises difficult and complex issues for various reasons:

- Insurance is a complex subject requiring expertise and in-depth knowledge which financial institutions (banks and other operators) must acquire.
- Some local insurers regard the low-income market segment as unprofitable, because the large number of transactions generates high costs that cannot be covered by the very low premiums.
- Conventional insurance products that have been on the market for a long time are struggling even though many of them are compulsory.
- A blatant lack of information and communication means that people in both urban and rural areas are totally ignorant about how insurance can protect them against the different risks they face.
- This lack of knowledge about insurance is compounded by an attitude of mistrust owing to the prevailing mentality and customs in Algerian society, where there is a strong sense of solidarity among family members and many people hold religious beliefs that outlaw interest and uncertainty.
- A powerful and extensive informal market has grown up in wholesaling, retailing and services, with the development of diversified social and material protection.
- Sharply rising inflation is eating away at the purchasing power of lower-income households.
- Other contributing factors, described above, include regulatory challenges, distribution networks, disposable income and savings.

Consequently, the public authorities and main operators in the insurance sector will have to make considerable efforts in the following areas:

- acquiring in-depth knowledge of the low-income market segment in order to pinpoint the real needs and capacities of this sector of the population and designing appropriate products to meet their requirements more effectively;
- implementing an information and communication programme that employs the means required to reach the target population, particularly in rural areas; such a programme should seek not only to increase their understanding of the benefits of insurance, but also put forward convincing arguments to dispel their mistrust

of and apprehension about formal insurance;

- establishing partnerships with financial institutions, with a view to pooling expertise and collaborating in a way that is beneficial to both parties:
 - the financial institution is able to diversify its financial products by offering insurance products tailored to the needs of its customers;
 - insurance companies gain access to new high-potential markets with thousands of prospective customers;
- underwriting on a group basis and the larger number of people reached will make it possible to achieve lower-cost premium collection, with an approach based on the law of large numbers and the greater spreading of risk;
- partnering with operators able to deliver services to marginalised sectors of the population to increase their security and reduce their vulnerability to risks to their person, property and livelihood.

It is clear that the introduction of micro-insurance would promote economic growth by encouraging risk taking, that is, investment in projects and in the creation and sustainable operation of micro-enterprises. Furthermore, the mechanisms put in place would ensure the continuation of activities if a risk event occurred, maintaining purchasing power and consumption.

1. Framework for micro-insurance regulation, supervision and policy

Experience shows that regulation can either promote or hinder the delivery of insurance services to low-income groups. A well-designed regulatory framework is therefore an essential factor in ensuring the efficiency and effectiveness of micro-insurance services.

In order to develop micro-insurance markets, the regulators should aim to achieve the following general objectives:

- facilitate both outreach and formalisation, ensuring a level playing field for small and big operators where they seek to serve the same market;
- promote products, providers and distribution channels that will trigger the favourable introduction of

low-income customers to insurance and its benefits;

- adopt risk-based regulation, tailoring it to the distinctive risks posed by micro-insurance products and intermediation;
- minimise the regulatory burden on underwriting and intermediation.

A number of countries have opted to enact specific legislation regulating micro-insurance or to amend existing legislation to include this new branch of insurance. Measures that have made, or are likely to make, a real contribution to stimulating the development of the sector include the following:

- **India:** the 'Obligations of Insurers to Rural or Social Sectors', adopted on 16 October 2002, require insurers that started operations after 1999 to sell a fixed percentage of insurance policies to the social sector and people living in rural areas.
- **Philippines:** a lower minimum capital requirement is set for mutual assistance programmes.
- **West Africa:** the Inter-African Conference for the Insurance Market (CIMA) made amendments to the insurance code for member states in order to incorporate new regulations on micro-insurance, including provisions to reduce the minimum capital requirement, easier underwriting procedures and fewer prudential and accounting rules.

In view of the existing legal situation described above, the pursuit of these objectives warrants a number of changes to the framework for micro-insurance regulation, supervision and policy in order to ensure the development of products for the target population. As a first step, the term 'micro-insurance' needs to be defined.

Micro-insurance is defined by the International Association of Insurance Supervisors (IAIS) as 'insurance that is accessed by [or accessible to] low-income population [sic], provided by a variety of different entities, but run in accordance with generally accepted insurance practices (which include the Insurance Core Principles). Importantly, this means that the risk insured under a micro-insurance policy is managed based on insurance principles and funded by premiums'. Micro-insurance therefore excludes social welfare and emergency assistance by governments, 'as this is not funded by premiums relating to the risk, and benefits are not paid out of a pool of funds that is managed based on insurance and risk principles'. It does therefore include insurance for individuals and insurance products designed to manage the risks of small enterprises and small groups

of enterprises. Micro-insurance goes beyond the delivery of simple insurance services provided by microfinance organisations and can encompass all categories of providers, including the government, commercial organisations (with shareholders or mutual members) and non-profit organisations (NGOs, cooperatives and mutuals).

Any definition based on the income levels of customers would be difficult and costly to implement. As a result, it is preferable to define micro-insurance by setting benefit or premium limits, ensuring that they mostly target the poor. This also means that the underwritten risk can be limited, which is particularly important in allowing smaller micro-insurers, which generally have less capital than other insurers, to enter the market.

The following nine recommendations are therefore made:

1.1. It is necessary to update the regulatory framework for Algeria's insurance sector in order to incorporate micro-insurance as a new branch of insurance and define a new micro-insurance product category that entails systematically lower risk.

It is understood that the establishment of this new branch of insurance in law is only required for insurers or micro-insurers that carry out micro-insurance activities, but do not deal with conventional insurance.

The most obvious solution is group underwriting, which permits economies of scale and high added value products that will be viable in the short, medium and long term. This type of insurance can be defined as follows:

'In the case of group underwriting, a master policy is issued to a group of people, small enterprises and/or small groups of such enterprises with standard wording and a limited number of options. It can be sold on an individual basis (policy sent to each member) or on a group basis (policy issued in the name of the group, with each member filling out a membership form and receiving a certificate stating the terms and conditions of the insurance cover). If the insurance is sold through the group mechanism, membership may be compulsory or voluntary, as specified in the policy. Members can choose between various options offered under the group insurance policy. The policy should have a contract term not exceeding five years, and the maximum premium per person should not exceed the limit stipulated in the relevant provisions'.

Another important factor is the need to simplify products, underwriting processes and policy terms in accordance with the literacy level of the target population, but without affecting the transparency of the policy and the protection of policyholders and beneficiaries.

Group insurance products permit a considerable reduction in costs and the elimination of many of the underwriting operations. This enables many more individuals, small enterprises and small groups of enterprises to benefit from insurance coverage.

Although agricultural insurance is one of the products in greatest demand in the low-income market segment, the number of producers currently covered by agricultural micro-insurance schemes remains very low, with projects to develop such products still at an embryonic stage. In the context of micro-insurance, index-based agricultural insurance has a number of advantages. In recent years, this insurance model has been extensively tried and tested in Asia and East Africa and seems to be a potentially interesting option for providing cover for the risks faced by a large number of producers. It has, however, only been tried on a very small scale in Algeria and is still not properly understood by the actors involved. The acceptability of index-based insurance products should therefore be explicitly stipulated in the regulatory framework. The lack of legislation or clear regulations in this regard deters the development of new projects and, therefore, the design and delivery of products appropriate to the needs of people in rural areas.

The legislation should include a section on insurance covering agricultural risks, with provisions on index-based insurance, which can be defined as follows:

'The key principle of index-based insurance is that the policy is taken out to cover named perils or events (e.g. yield loss or livestock mortality, or natural disasters like drought, flooding, earthquakes, and hurricanes/typhoons), which are well defined and easily identified and measurable at the regional level. The different indexes are assessed based on data for an entire agricultural, climatic or administrative area. Insurance management can therefore validate the source of information used for data collection in relation to the particular insurance product provided. All the policyholders in a given area or region should pay a similar premium to cover the same risks. Likewise, if a triggering event occurs, all the policyholders in the same area with the same risks covered should receive similar compensation'.

Access to index-based insurance should not be limited solely to producers and other people living in rural areas; natural disasters, for example, can also cause damage to urban property and infrastructure. This type of insurance could therefore also be beneficial in urban areas.

The implementation of effective and relevant index-based agricultural insurance projects largely depends

on the infrastructure in place and the commitment of the government and donors to support the sector. The following measures should therefore be considered:

- the strengthening of existing databases (with data segmented by crop and geographic area) would facilitate the development of yield index insurance;
- an increase in coverage in meteorological terms and/or exploration of the use of satellite technology would facilitate the development of weather index insurance based on meteorological indexes (or the normalised difference vegetation index – NDVI);
- support for producers in the form of education, awareness and prevention programmes and relevant training in finance and marketing, combined with agricultural insurance, would increase the impact on their standard of living, mitigate or reduce risks deemed to be uninsurable or difficult to insure (disease and pests) and, ultimately, reduce the vulnerabilities faced by the sector.

Updating the regulatory framework is one of the first steps that the government must take in order to encourage insurers to develop and offer profitable micro-insurance products appropriate to the needs of the target customer base. Some insurers find it difficult to envisage profitable micro-insurance products, because they try to design and distribute them in the same way as conventional insurance. Micro-insurance differs from conventional insurance in the way the product is designed (products are mainly underwritten on a group rather than an individual basis), how it is administered (procedures are cut down to a minimum), its distribution channels (new distribution networks are used to reach target customers), and its prudential requirements (the reduced compliance burden is justified by the lower risk).

The regulatory framework must therefore be updated in such a way as to encourage and allow insurers to be innovative in implementing this new group underwriting approach and, at the same time, ensure the delivery of good-value products appropriate to the needs of the target population.

1.2. The same insurer should be permitted to offer life and non-life micro-insurance along with traditional life or non-life insurance.

As the majority of products offered by the new micro-insurance branch will provide short-term coverage, it is recommended that insurers authorised to provide this type of insurance should also be entitled to sell micro-insurance products covering all risks permitted under insurance legislation currently in force in Algeria (life

and non-life), provided that they comply with micro-insurance requirements.

For insurers approved for one of these branches (life or non-life), the documentation requirements for approval as a micro-insurance operator should be reduced.

1.3. The creation of mutual insurance companies should be encouraged in order to stimulate the growth of micro-insurance when new actors enter the market.

The main formal actors currently operating in Algeria's insurance sector are traditional private and public-sector insurers and the National Agricultural Mutual Benefit Fund. These actors have an important role to play in the development of micro-insurance by becoming involved in this new branch of insurance.

Mutual insurance companies, by definition and nature, are in close contact with the population groups targeted by micro-insurance. Therefore, with a view to promoting the growth of micro-insurance, the government could encourage the creation of insurance mutuals, in compliance with the legislation in force, by lowering the minimum capital requirement and/or reducing the tax burden. In addition, the concept of mutual insurance bears a close resemblance to the Takaful concept, and this should increase the uptake of micro-insurance by a larger part of the population.

1.4. A regulatory tier should be created for lower-risk micro-insurance products so that the regulator can adapt prudential and market-conduct regulatory requirements accordingly, reducing the compliance burden to facilitate least-cost underwriting and distribution.

With a view to encouraging existing insurers and newcomers to enter the micro-insurance market, the regulator could adapt prudential and market-conduct regulatory requirements, reducing the compliance burden to suit the low-risk features of micro-insurance products, which would facilitate least-cost underwriting and distribution. The following elements should therefore be reviewed:

- *Reduction of the minimum capital requirement:* it would be advisable to significantly lower the minimum capital requirement. For a company engaged solely in micro-insurance operations, it could be reduced to DZD 50 million (EUR 500,000 or USD 636,000).
- *Risk assessment and management:* it is recommended that enterprises be asked to carry out their own risk

and solvency assessments. The form and content would, of course, be adapted to the nature of the activity and the level of risk.

- *Solvency margin requirements:* it would be advisable to shift solvency margin requirements in terms of risk transfer onto reinsurers, as in the mechanism currently in place in the European Union. In addition, if Algeria wishes to develop the mutual insurance sector, it would be preferable to establish a provisional mechanism in which the start-up fund (provided by potential members) is not fully released before the start of operations. For example, it could take the form of a subordinated loan with a minimum term of five years.
- *Regulations concerning investment activities:* investment regulations should be reviewed. The obligation to hold 50% of technical reserves in government securities should be reduced or lifted. The loans and debt securities of private and public-sector companies and the financial products offered by banks and financial institutions should also be explicitly included. This increase in the range of investment options should be accompanied by the establishment of limits in terms of counterparty credit exposure (except the government) and type of asset.
- *Establishment of financial ratios:* the financial viability and performance of an insurance scheme is a prerequisite for delivering quality micro-insurance products designed for low-income households. A list of key performance indicators is attached.

1.5. Regulatory provisions need to be put in place to promote the development of new, alternative, lower-cost channels for the distribution of micro-insurance with physical proximity to potential customers (independent sales agents, clubs of insurance sales agents, associations and other structured organisations).

In order to stimulate real demand for micro-insurance, the insurance market, with the support of the public authorities, will need to establish institutional and commercial alternatives in terms of offerings and distribution networks suited to the cultural realities, purchasing power and education level of the population targeted by micro-insurance.

Revolutionary developments in the insurance sector often come from the distribution networks. Regulation should therefore allow multiple categories of intermediaries and encourage models that are able to actively sell products.

Insurance, in general, is sold rather than bought and needs to be explained to the customer by an intermediary. The fact that it is an intangible product with a

value that is not easy to perceive means that an intermediary is required to explain the value proposition and make an active sale. Micro-insurers must therefore establish multiple distribution partnerships with different actors, such as:

- *Direct agencies of companies and mutuals*: their number, physical proximity to potential customers and extensive presence in the market make these direct salaried insurance distribution and service networks an effective channel for the marketing of micro-insurance products.
- *General insurance agents*: these private intermediaries, appointed by insurance companies, are set to grow in number. The fact that they are motivated by commissions means that they are also a potentially effective channel for micro-insurance sales.
- *Brokers*: although they are few in number, these private intermediaries, approved by the supervisory authorities, can play a significant role in the wholesale distribution of micro-insurance products in conjunction with prescribing bodies and credit institutions.
- *Bancassurance*: in Algeria, insurance companies can distribute insurance products through the agency of banks, financial institutions and other such institutions and other distribution networks, in accordance with Article 252 of Order No 95-07 amended and supplemented by Law No 06-04 of 20 February 2006 concerning insurance, which stipulates that 'Approved insurance companies, on the basis of one or more distribution agreements, can conduct insurance transactions through banks, financial institutions and similar establishments'. This distribution option is a convenient way for banks and microcredit institutions to distribute micro-insurance products which provide credit risk cover for the loans that they grant and other forms of protection.

In this area, the Post Office, with its 15 million post-office accounts and 3,500 offices, could play a significant role in the future in distributing insurance and micro-insurance products on a large scale, particularly those geared to lower-income customers with a post-office current account. In such cases, the monthly premiums could be directly debited from their account.

- *Customer advisors*: some insurance companies have used and still use mobile networks of customer advisors, in some cases successfully (e.g. SALAMA), to sell life, health, accident and disability insurance and personal insurance. These sales agents are paid a percentage of the premiums they generate, are very knowledgeable about the products they sell, are supported by a technical back office, and are supervised by sales inspectors. As such, they could become the distribution channel par excellence for the local sale of this

type of insurance/micro-insurance and an effective outreach vehicle for building an insurance culture in Algerian society.

However, such an approach could only be effective if the network's size and market coverage were to grow exponentially. For this to happen, this formula would have to be codified into law because, at present, companies can only use this type of network in a limited way, owing to the payroll, social security and tax expenses that a network of this kind entails.

- *Prescribing bodies*: sector associations and professional organisations (wholesale, retail, crafts, building, tourism and services) could also play a significant role in establishing global micro-insurance agreements with insurance companies to obtain preferential group rates for their members.

Regional chambers of commerce and SME, tourism, crafts and agriculture departments can also play an important role, in coordination with insurers, in raising the awareness of target groups about risk management and insurance.

Agricultural service cooperatives, of which there are currently 1,053 in Algeria, can play a key role in the development of the agricultural and rural sector. They provide an excellent channel for marketing micro-insurance products in the agricultural and rural sector and an opportunity to disseminate the notion of risk management and prevention among crop and livestock farmers.

The associations of notables, which represent and guarantee the solvency of specific groups (women working in the home) in some communities, can also provide an effective channel for the expansion of micro-insurance, as can any other type of association or group involved with low-income sectors at the SME or individual level.

When an insurance policy is sold to a group, organisation or association to provide insurance cover for its members, the membership body (or 'endorser') is considered to be the distributor. This body is therefore the insurer's agent and responsible for product awareness and promotion, underwriting, premium collection and the handling of benefits. The commission could therefore be paid to this body, subject to the commission caps established by law.

1.6. The expertise of insurers, intermediaries and distributors in the micro-insurance sector needs to be improved.

In order to ensure that all the actors offering micro-insurance products are well versed in micro-insurance concepts and the features of the products they are sell-

ing, training programmes aimed at these actors and appropriate to their role in this market should be prepared and rolled out.

Insurers: in the insurance value chain, insurers play a prominent role in the insurance process. It is they who prepare the products and structure the offerings. As their role is essential at the start of the process, the first step should be to persuade insurers to invest in the development of micro-insurance.

Efforts should first focus on convincing the managers of insurers to become involved in the development of micro-insurance.

A training programme on the benefits and practical aspects of micro-insurance aimed at the managing directors of insurance companies should be designed and rolled out. The training, which would last a maximum of three hours, would describe the current insurance situation in Algeria, provide an insight into market potential and give an account of success stories and practices that show how micro-insurance can be made profitable.

For insurer employees, a more comprehensive training programme should be designed and disseminated. The programme should cover the following micro-insurance concepts:

- i. definition of micro-insurance;
- ii. micro-insurance products;
- iii. distribution;
- iv. administrative and technological platform;
- v. how to ensure the sustainable development of micro-insurance.

Intermediaries and distributors: a comprehensive training programme should also be designed for intermediaries. It should cover micro-insurance concepts (see above) and include a specific component on the intermediation role that brokers should play between the insurer and groups, associations and other networks in order to reach target customers.

1.7. The Insurance Oversight Commission – the body that regulates the insurance sector in Algeria – should also oversee the micro-insurance sector. It is responsible for:

- ensuring that approved insurance companies and intermediaries comply with all insurance and reinsurance legislation and regulations;
- ensuring that these companies are always in a position to meet, and do meet, all commitments to policyholders;

- verifying information on the source of the insurance and/or reinsurance company's initial capital and capital increases.

Legislators should also set up, at least initially, a dedicated, specialised team formed by members of the Insurance Oversight Commission for the micro-insurance sector. This team, which must have a good understanding of the specific challenges posed by this business sector and group insurance in general, would be able to provide support to insurers and other institutions as they start up their operations.

Internal supervision: the establishment of an effective internal supervision system by the entities involved is an essential, although not the only, factor in ensuring the success of oversight efforts. Self-regulation is a first and indispensable step towards effective oversight.

In other words, oversight efforts by the authorities (internal and external) can only be truly effective if the entity, supervised either by itself or with the support of the network to which it belongs, has an internal control system enabling it to ensure sound management and implement any recommendations received. Otherwise, the recommendations issued by the overseers are liable to remain a dead letter, and the entity will be unable to move forward and improve its performance.

1.8. The government should encourage and support the national reinsurer in developing reinsurance mechanisms.

The involvement of the national reinsurer will enable the market to mature. The growth of micro-insurers, resulting in heterogeneous portfolios, will heighten the importance of the reinsurer's multiple functions, which include financing, capacity, protection against disasters, technical assistance and guidance on underwriting, pricing and controlling moral hazard and adverse selection. The action of the national reinsurer is another way for government intervention to contribute to the viability of micro-insurance systems.

As micro-insurance often provides cover for people living in the same area, risk pooling is not well diversified in terms of location or occupation. Social reinsurance techniques could be used to improve the viability of small-scale risk pooling. However, just as the most disadvantaged have no access to insurance, micro-insurance providers can have trouble accessing reinsurance, even with the 50% cession requirement.

If reinsurance options based on the micro-insurance system market are insufficient and there are no practicable reciprocal provisions, the government could en-

courage and support the development of reinsurance mechanisms by:

- directly reinsuring micro-insurance systems in spite of the covariate risks (the government could set up a fund and, at the same time, make financial contributions for common management resources, in other words, it could provide a combination of reinsurance and subsidy);
- facilitating relations between micro-insurers and reinsurers in the region. Africa Re and Arab Re are two regional reinsurers formed by member states, which aim to reduce the outflow of foreign exchange from the continent and stimulate the development of insurance and reinsurance to increase national, regional and sub-regional underwriting and retention capacities and promote economic development, particularly in Africa.

In order to achieve these aims, reinsurers must:

- carry out reinsurance operations through optional cessions and drafts;
- create and manage risk pooling;
- participate in establishing national and regional insurance and reinsurance institutions;
- invest their funds in African and Arab countries in order to promote the development of these regions;
- provide technical assistance to African and Arab countries and promote commercial contacts and cooperation among insurance and reinsurance institutions.

Africa Re is exempt from taxation and can transfer its funds as it wishes and open convertible bank accounts. These privileges mean that it can grow without any significant regulatory constraints and enable it to promote the development of the micro-insurance market. In addition to the five main financial functions described above, reinsurers can also sell expertise in actuarial calculations and statistical insurance information on the market. Reinsurers can offer underwriting expertise, because their customer base includes various insurers in the same or similar markets. This superior access to information gives reinsurers a relative advantage in preparing statistical estimates of risks and costs.

In addition, reinsurers specialise in the expertise that is required for the insurer to decide which risks to cede to reinsurance and which risks to retain. The caveat to this general description is that, at present, reinsurers do not offer much expertise to micro-insurers.

Reinsurers are also instrumental in cases where the regulations require insurers to reinsure certain risks. Reinsurance that is prescribed by regulations rather than by autonomous cession decisions taken by the insurer is essential for insurers to meet regulatory requirements. This is why it is often called 'compliance assistance'.

Finally, insurers that decide to withdraw from an entire class, line, territory or book of business may cede the whole portfolio to reinsurance, although, in reality, it is more likely to see a competing insurer take the market share over. This enables insurers to continue providing services to customers without breach of contract, while no longer assuming any financial exposure linked to this portfolio. This is called portfolio insurance.

1.9. The role of the Insurance and Reinsurance Union (UAR) should be broadened.

It would be advisable to coordinate the training, information and communication needs of the insurers operating in the market. It is therefore recommended that the role of the Insurance and Reinsurance Union be extended to include the following responsibilities:

- conducting market studies to determine the real needs of the target population, segmented according to way of life (urban or rural) and taking into account traditional customs and religious beliefs;
- acting as the manager of all information and communication on insurance concepts aimed at the general public (e.g. on micro-insurance) and providing assistance to insurers in preparing information and communications to launch products as they are developed;
- develop training for management and agents who will be responsible for the technical management of micro-insurance products.

2. Recommendations relating to market conduct and the non-regulatory framework

2.1. Bank and non-bank microfinance mechanisms need to be improved in order to develop micro-insurance as part of the broader goal of financial inclusion.

Improving bank and non-bank microfinance instruments would lead to an increase in the number of microcredit actors and, consequently, the percentage of transactors with access to banking services. This would result in the availability of a wide range of financing offerings, contributing to investment growth and integrating thousands of activities relegated to the informal sector into financial circuits.

In addition, experience shows that voluntary micro-insurance uptake is highest when it is actively sold, particularly with another product or service, such as loans or credit goods, future financial services or other financial services such as banking services. In each of these cases, with the exception of compulsory insurance, the insurance value proposition has to be explained to the client and an active sale made in order to achieve take-up.

Microfinance institutions, for example, provide a ready, cost-effective, community-based distribution channel through which to develop and market affordable micro-insurance products appropriate to the needs of low-income customers. The operations usually carried out by microfinance institutions (microlending, microsavings, transaction banking, money transfer services, etc.) directed at low-income customers facilitate the intermediation of micro-insurance.

It would therefore be advantageous for Algeria to improve its network of microfinance institutions and make it more accessible to the general population. Banks should also be encouraged to invest more in financing very small enterprises.

2.2. Insurance companies should take measures, either individually or jointly, to stimulate the development of micro-insurance, for example, by exploring the possibility of establishing partnerships with distribution networks and developing multi-risk products.

Insurers and micro-insurers wishing to penetrate the new micro-insurance market, which holds enormous potential, must be creative, innovative and effective. They should take the following measures, either individually or in partnership with each other:

- design multiple-risk products for property damage, life, health, accident and disability cover as an all-in package with simple and easily understandable policy terms and without too many exclusions;
- develop affordable products with flexible instalment options for the payment of premiums, taking into account irregular income streams;
- establish simple procedures for the assessment and payment of claims adapted to the needs of the claimant;
- develop partnerships with distribution networks, i.e. banks, private and public-sector institutions, associations, cooperatives, mutuals, etc.;
- organise separate structures for micro-insurance activities and traditional insurance activities.

2.3. Insurance companies should develop micro-insurance offerings tailored to the real needs of the target population, creating a real value proposition.

Voluntary demand for insurance remains very weak in Algeria, owing to the limited purchasing power of low-income households and the lack of an insurance culture, resulting from the attitude to risk prevention held by a large part of the population for whom predestina-

tion is an important part of their culture and religious beliefs. These people do not therefore regard insurance as a solution that can contribute to alleviating poverty.

Experience shows that a well-designed regulatory framework can stimulate the growth of micro-insurance. However, other factors can also have a significant influence on the success or failure of efforts to develop a favourable micro-insurance market. One essential element is the creation of 'real value' for the poor. This is achieved by meeting certain criteria, which are termed 'success factors':

- the products developed must cover the risks actually faced by low-income households and SMEs, and market surveys must be conducted to determine the real needs of the target population;
- efforts should be made to establish premium payment schedules that accommodate the policyholder's cash flow situation;
- care must be taken to ensure that the terms of the policy are easy to understand and are not misleading;
- the claim procedure must be simple;
- the share of premiums paid out in claims should amount to at least 60%;
- expenses should be kept to a minimum and should rarely exceed 25% to 30% of premiums;
- the net income (profit) earned by micro-insurers should be modest and not exceed 5% to 10% of premiums; the high volume of micro-insurance transactions will enable micro-insurers to earn a reasonable profit.

These success criteria can be met by improving training for insurer personnel in micro-insurance concepts and by exploring innovative business models implemented in other countries and described in studies.

It is up to the micro-insurer to ensure that the products it offers have real added value for the poor (as defined by the Microinsurance Network's performance indicators working group). All micro-insurance actors therefore have a crucial role to play in achieving the conditions required to ensure the successful development of micro-insurance.

2.4. All the market players (government, insurers' union, companies, etc.) should step up institutional communication on insurance aimed at the general public.

Insurers and their distributors are responsible for promoting insurance among people in developing and developed countries, whatever their level of income. They fulfil these information and training responsibilities in

partnership with the government and federations of insurers.

Insurers are therefore responsible for planning and carrying out activities to educate the general public about the benefits of insurance on a regular basis and when a new product is launched. Activities to raise awareness about insurance should be included as part of all distribution operations. For example, when a distributor offers a micro-insurance product to a potential customer, a simple tool should be used to convey an educational message explaining the benefits of insurance to the potential customer in plain language. The insurer can also inform the public about how it will ensure claims are settled faster, as a means of increasing its credibility with regard to insurance claims management.

In an effort to reduce the vulnerability of SMEs and households to risks such as death, illness or accidents, the government could launch a micro-insurance awareness campaign directed at the target population when micro-insurers are ready to offer their products.

Institutional communication is a constant, ongoing process, which should be supplemented by commercial communication and advertising of the products in order to improve insurance branding.

2.5. New information and communication technology should be used in insurance activities.

There are many business sectors today in which the judicious use of technology is essential to their success, enhancing effectiveness and leveraging economies of scale; micro-insurance is no exception. A sound market survey, an affordable and inclusive insurance product and the choice of the right technology system are the three key ingredients required to ensure the success of a micro-insurance project. Technology contributes to minimising costs, reducing omissions and errors, speeding up claims processing and reducing the possibility of fraud.

In micro-insurance, technology requirements can be grouped into three main categories: the user interface, transaction management and database/simulation processing. Specific needs often result in different technology tools and platforms. They should therefore be flexible and well aligned with each other and allow the efficient transmission of information from one actor to another.

Modern internet-based technology and wireless communication can be used as an effective tool to boost the growth of micro-insurance, increasing the diffusion of affordable, quality products by reliable providers. Technology can also contribute to improving the re-

turn on investments and facilitate communication among the different actors. Smart cards, bar codes and mobile phones are effective tools that are currently available in Algeria.

2.6. Incentive measures, particularly tax incentives, for micro-insurance products should be institutionalised.

A recent study reports that Algerian small and medium-sized enterprises are subject to a heavy tax burden. This same burden is also felt by households, already squeezed by inflation. According to the study, the total taxation on profits, earnings and other income is estimated at around 72%.

In order to establish an effective micro-insurance development policy and encourage relevant actors to become involved, full tax exemption could be granted to all micro-insurance products, which would be easily identifiable thanks to the regulatory reform concerning micro-insurance.

Expenditure on training the actors involved (agents, distributors and general public) could also qualify for tax relief or be made compulsory (for example, the tax law could require insurers to spend at least 2% of the premiums collected on educational and training activities for customers).

Lastly, the government budget could make allocations, as part of the benefits granted to small entrepreneurs through institutions, for specific aid to the micro-insurance sector in the form of bank loan interest subsidies.

3. Supplementary recommendations made by the Taskforce committee

1. Create specific funds for certain risks (for example: climate risks).
2. Share the investments required between the insurance sector and the government.
3. Put in place an approval mechanism, including regular supervision of insurance companies to improve consumer protection.
4. Provide customers with the option of specialised mediation.
5. Strengthen training and human resource management capacities.
6. Extend the distribution network, particularly the post office network and the network of professional associations.

7. Establish a guarantee mechanism among insurers.
8. Involve the wholesale, retail, tourist and craft industries.

4. Supplementary recommendations arising from the 'Dialogue in perspective – Investing in people' initiative

Marking the end of the Programme for supporting sustainable economic development in Algeria, GIZ held an event called 'Dialogue in perspective – Investing in People' on 18-20 June 2013 in Dar Abdellatif (Algiers) to present the outcomes of the programme for the period 2010-2013. There were also exchanges among the partners involved in the programme and discussion of the outlook for the future of financing very small enterprise and of micro-insurance.

The second day of the event was devoted to the issues involved in responsible financing, the introduction of micro-insurance for young entrepreneurs and sustainable enterprises and how to ensure income security for men and women entrepreneurs.

Based on the discussions, the following recommendations were made by the participants:

1. Identify the actors that could enter this new market.

2. Strengthen the existing Taskforce by involving all stakeholders, establishing sub-taskforces or working groups to move forward thinking on the development of a roadmap.

3. Adapt the existing regulatory framework (for insurance and social protection) in order to implement micro-insurance in Algeria, including provisions on the minimum capital requirement, non-demarcation between life and non-life lines of business and distribution channels.

4. Exempt insurance (micro-insurance) premiums from value added tax (VAT).

5. Identify products to be developed to meet the needs of the target population, particularly low-income households.

6. Simplify the micro-insurance process in terms of cost and customer disclosure and advice procedures.

7. Innovate by using modern technology (information and communication technology – ICT) to market micro-insurance products.

8. Implement appropriate communication activities to raise the awareness of actors in the insurance sector about their role and duties to society (social responsibility).



Vers un système de **microassurance**
pour assurer un **entrepreneuriat durable** en Algérie

VERSION COURTE DU DIAGNOSTIC NATIONAL

REMERCIEMENTS

Un rapport diagnostic étant toujours le fruit d'un travail d'équipe, de vifs remerciements sont ici faits à toutes les personnes qui ont apporté leur concours à l'élaboration de ce rapport.

Aux membres de la Task force :

M. BRAHITI Ammouri, Directeur Générale de la PME, M. HARRAZ Mehadj, Directeur d'Etudes (Ministère du Développement Industriel et de la Promotion de l'Investissement - MDIPI) ; M. MERAMI Kamel, Directeur des assurances, M. MERAGHNI Kamel, Sous-directeur à la direction des assurances, M. BENBOUABDALLAH Hakim, Secrétaire du conseil national des assurances (Ministère des Finances) ; Mr RACHEDI Abdelkader, Directeur à la DGF, Mme DJEHICHE Fatiha, Conseillère du Ministre, M. BENHABILES Chérif, DG adjoint, CNMA (Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural) ; Mme BENGHAFOUR Nawal, Sous directrice (Ministère de la Solidarité Nationale et de la Famille) ; M. MAHI Abdelhamid, Directeur des risques (Alliance Assurances) ; M. HADJ MAHAMMED Ahmed, Directeur général (GAM Assurances) ; M. DERRAR Abdellali, Directeur général (INSAG).

Aux auteurs du rapport :

- M. Chérif Benhabiles, Expert
- M. Hacene Boubedra, Expert
- M. Yahia Cherif, Expert
- M. Jean-Luc Fontaine, Expert
- M. Noël Guibert, Expert
- M. Ahmed Hadj Mahammed, Expert
- M. Mekki Madani, Expert.

Un sincère remerciement à l'équipe de DID - Développement international Desjardins (Canada) pour l'expertise et la coordination de l'étude.

Un sincère remerciement va à toutes les personnes qui ont pris le temps de rencontrer les experts de la mission, notamment, les focus groupes à Oran, Tipasa, Alger et Blida. Sans leur collaboration, ce rapport n'aurait pas été possible. L'équipe espère que cette étude reflète le plus fidèlement possible la réalité et le potentiel de l'Algérie en matière de microassurance.

A propos de l'Initiative Accès à l'Assurance (A2ii)

L'A2ii a été créée conjointement en 2009 par l'Association Internationale des Contrôleurs d'Assurance (AICA), le Ministère fédéral Allemand de la coopération économique et du développement (BMZ), le Groupe consultatif d'assistance aux pauvres (CGAP), le Bureau international du travail (BIT) et FinMark Trust financé par le Département du développement international du Royaume-Uni (DFID). Le Fonds d'équipement des Nations Unies (FENU) s'est, pour sa part, associé à l'*Initiative* en tant que partenaire en 2010.

L'*Initiative* est un partenariat global entre les contrôleurs d'assurance et les organismes fondateurs cités ci-dessus. Elle travaille également avec des partenaires régionaux, tels que la Banque asiatique de développement, la Banque interaméricaine de développement (à travers son Fonds multilatéral d'investissement) et l'initiative «La finance au service de l'Afrique» (Making Finance Work for Africa, MFW4A), elle-même partenariat entre le BMZ et d'autres organisations.

L'*Initiative* soutient l'amélioration des cadres politiques, réglementaires et de contrôle et travaille en partenariat avec les autorités de contrôle d'assurance. Les principaux domaines d'intervention de l'*Initiative* sont la création et la diffusion de connaissances, le dialogue et l'apprentissage au moyen de diagnostics nationaux et d'études thématiques, la contribution à l'élaboration de normes et d'orientations, l'aide aux processus nationaux de mise en œuvre de réformes de la réglementation et du contrôle, le renforcement des compétences des contrôleurs d'assurance, et le plaidoyer et la participation à des plateformes internationales. Le Secrétariat de l'*Initiative* est hébergé par la GIZ (Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH) au nom du BMZ. Pour plus d'informations, visitez notre site internet à l'adresse : www.a2ii.org.

PRÉAMBULE

De plus en plus d'entreprises, en particulier les très petites et petites entreprises, ne sont pas assurées contre les divers risques liés à leur activité. Dans l'économie et la société algérienne, les revenus des entrepreneurs sont de plus en plus précaires.

La formalisation des entreprises et la diffusion d'un entrepreneuriat durable et responsable sont les conditions d'un environnement propice au développement, en particulier avec des valeurs comme la protection pour le chef d'entreprise et les membres de l'entreprise (assurance santé, retraite, accident), la limitation des risques pour l'entreprise (responsabilité de l'entreprise du fait des produits et des prestations, incendie, dégât des eaux, pertes d'exploitation, etc.).

Le problème central réside dans le fait qu'il n'est pas proposé aux très petites et petites entreprises des prestations d'assurance adaptées auxquelles les intéressés puissent faire confiance du fait d'une réglementation étendue garantissant entre autres la protection des consommateurs. Ces produits existent et font l'objet d'implémentations réussies dans certains pays ; ils constituent l'offre d'une microassurance.

C'est là, les motifs qui ont poussé le Ministère du Développement Industriel et de la Promotion de l'Investissement (Ex. MIPMEPI), en partenariat avec le Programme GIZ-DEVED, à lancer, en octobre 2012, une étude approfondie sur le potentiel et les possibilités pour les produits de la microassurance sur le marché algérien. L'étude a été menée par une équipe technique avec l'appui de l'«initiative accès à l'assurance» (Access to Insurance Initiative, A2ii), par abréviation A2ii, hébergé par la GIZ/Eschborn (Allemagne), renforcée par une équipe d'experts locaux et internationaux. La réalisation de cette étude a été accompagnée par une Task force, mise en place en 2011, par le Programme GIZ-DEVED, avec la forte implication des représentants des ministères des Finances, de l'Agriculture et du Développement rural, de la Solidarité nationale et de la Famille. En plus des ministères, cette Task Force est composée des représentants du secteur privé et public des assurances, d'experts en assurances et en entrepreneuriat ainsi que de représentants des organisations du secteur privé et des utilisateurs de produits et services d'assurance en Algérie.

Dans une première étape, une analyse circonstanciée du développement a été effectuée sur la base de l'expérience pratique acquise par Access to Insurance Initiative (A2ii), dont l'étude réalisée applique les méthodes et utilise les connaissances. L'analyse a porté sur l'offre et la demande ainsi que, avant tout, sur les aspects de la régulation du marché, en se concentrant sur la protection des consommateurs et la politique d'aide destinée à accompagner le système et ses acteurs sur le plan social et économique.

Alors que la validation méthodologique de «A2ii» est aujourd'hui acquise et que les acteurs institutionnels et opérationnels ont accueilli favorablement aussi bien le contenu de l'étude que la pertinence de ses recommandations, il convient d'analyser les résultats. Pour ce faire, une première rencontre de restitution et de dialogue, orientée essentiellement vers les besoins des TPE/PME et des jeunes entrepreneures et entrepreneurs en Algérie, a eu lieu le 19 juin 2013 dans le cadre du «Dialogue en perspectives - Investing in People».

Dr. Siegmund Müller
Directeur Résident
de la GIZ Algérie

Marita Riedel
Directrice du Programme
Développement Economique Durable
DEVED

Ammouri Brahiti
Directeur Général de la PME,
Ministère du Développement Industriel
et de la Promotion de l'Investissement

I. RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Afin d'améliorer la situation de l'emploi, en particulier pour les jeunes, le gouvernement algérien table sur le développement d'un secteur privé compétitif, notamment sur celui de très petites, petites et moyennes entreprises qui emploient actuellement 70% de la population active du secteur formel. C'est dans cette perspective que s'inscrit la présente recherche : identifier la situation existante, l'environnement, l'offre et la demande ainsi que recommander les voies et moyens pouvant permettre d'appuyer les promoteurs de ces PME, en particulier à travers l'offre de produits et services d'assurance, de manière à réduire sinon éliminer certains des risques que ces derniers encourent et qui pourraient mettre en péril leurs opérations.

Dans un premier temps, une analyse-diagnostic du pays a été effectuée sur la base de l'expérience pratique acquise par l'Initiative Accès à l'Assurance - A2ii (ci-après l'Initiative), dont le projet applique les méthodes ainsi que les connaissances. L'analyse en soi a porté sur l'offre et la demande concernant le marché des assurances de même que sur les aspects de la régulation du marché, en se concentrant sur la protection des consommateurs et sur la politique d'aide destinée à accompagner le système et ses acteurs sur le plan social et économique. La réalisation de cette analyse a été accompagnée par un groupe de travail institué en 2011 par le Programme GIZ-DEVED. Les résultats de l'analyse feront d'abord l'objet d'une discussion au niveau national puis seront présentés aux personnes intéressées de la région MENA dans le cadre d'une conférence internationale qui se tiendra au courant de l'année 2013.

Les objectifs de cette étude sont à la fois d'élaborer des recommandations spécifiques à l'Algérie et de tirer des enseignements à l'échelle de l'ensemble du pays quant au moyen le plus efficace de favoriser le développement du marché de la microassurance.

1- Le contexte du marché

La population totale de l'Algérie a franchi les 37 millions d'habitants (37,1) au 1er janvier 2012, soit une augmentation de 2,04% par rapport à 2010. Depuis les années 70, un exode rural important a été constaté vers les grandes villes du pays faisant en sorte que le pourcentage de la population vivant en milieu urbain a constamment progressé pour se situer à 67,1% en 2011. On estime que

96% de la population occupe maintenant 17% du territoire, essentiellement dans le nord du pays.

L'Algérie a fait du développement des ressources humaines une priorité. D'une manière générale, ses performances en matière d'accès à l'éducation de base et aux soins sanitaires sont bonnes; des efforts sont faits pour mieux coordonner les politiques publiques et fournir des services de qualité. Cependant, la question de l'accès au logement reste un défi majeur, de même que le chômage, lequel frappe 10% de la population active en 2011 (et 27% des moins de 30 ans).

Alors que plusieurs pays du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord ont connu récemment une vague de changements de régime ou de réformes politiques, l'Algérie n'a globalement pas été touchée par des troubles de grande ampleur. Cependant, en réponse à des manifestations de la population, les autorités ont pris des mesures pour soutenir l'emploi et le pouvoir d'achat.

L'activité économique en Algérie est dominée principalement par le secteur secondaire (industrie) qui contribue à 62% du PIB et emploie 33,1% de la population active. Le secteur du pétrole et du gaz représente à lui seul 30% du PIB. Le gouvernement a donc un immense défi à relever, soit celui de diversifier l'industrie algérienne qui repose sur les hydrocarbures, laquelle dépendance pour l'économie est un handicap potentiel au développement durable du pays. Le secteur tertiaire, orienté essentiellement vers l'activité commerciale, contribue à 31% du PIB et emploie plus de la moitié de la main-d'œuvre, soit 55,2% de la population active.

Le marché de l'assurance en Algérie a été historiquement monopolisé par des sociétés d'État à la suite des nationalisations de 1966 des compagnies d'assurances. Ce n'est qu'en 1995 que l'entrée des compagnies d'assurances privées dans le marché a été à nouveau autorisée. Le marché algérien des assurances est composé actuellement de 21 sociétés d'assurances dont 4 compagnies publiques qui accaparent une part de marché de 67% en 2011, alors que les sociétés privées arrivaient à détenir 25% cette même année, avec une part de marché en constante progression depuis 2000 (de l'ordre de 2 à 3% par an avec un taux de croissance cumulée de 33% ces dix dernières années).

À retenir

- La population totale de l'Algérie compte près de 39 millions d'habitants en 2013.
- La population vivant en milieu urbain a constamment progressé pour se situer à 67,1% en 2011.
- On estime que 96% de la population occupe maintenant 17% du territoire, essentiellement dans le nord du pays.
- Les autorités ont pris des mesures pour soutenir l'emploi et le pouvoir d'achat.
- L'économie est dominée principalement par le secteur secondaire (industrie) qui contribue à 62% du PIB et emploie 33,1% de la population active.
- Le secteur du pétrole et du gaz représente à lui seul 30% du PIB ; un immense défi est à relever, soit celui de diversifier l'industrie algérienne.
- Le secteur tertiaire contribue à 31% du PIB et emploie plus de la moitié de la main-d'œuvre, soit 55,2 % de la population active.
- L'agriculture (secteur primaire) contribue à 7% du PIB et emploie 11,7% de la population active.
- Un taux d'inflation qui est passé de 4,2% en janvier 2011 et qui frôle à la fin décembre 2012 les 9%, sans perspective de baisse significative à court terme.
- Le taux de chômage (10% en 2010) toucherait 21,5% des jeunes de moins de 24 ans.
- L'emploi informel engloberait environ 50% de la force de travail.
- Malgré les efforts des pouvoirs publics et une situation macroéconomique relativement favorable, l'ensemble de la population n'a pas connu une amélioration équivalente de son niveau de vie. L'État devra donc continuer ses efforts afin de relever ce défi.

2- L'analyse de la demande

Le marché cible visé à court et moyen terme par la microassurance correspond à 60% de la population de l'Algérie, en particulier les petites et moyennes entreprises.

Le secteur de la petite et moyenne entreprise est en nette progression en raison des besoins économiques et sociaux du pays. On estime à environ 4 millions le nombre de personnes liées à ce secteur d'activité. Il constitue ainsi un marché jusque-là inexploité au potentiel important pour la microassurance.

Pour la majorité des répondants au groupe de discussion, la maladie est le risque le plus préoccupant pour l'individu et sa famille. Les autres risques susceptibles sont le décès, l'incendie, les catastrophes climatiques et tout autre événement imprévu (accidents, etc.). Cependant, la principale raison évoquée pour ne pas adhérer à l'assurance est liée au manque d'argent.

Les entrepreneurs et entrepreneures interrogés ne rejettent pas l'idée de s'assurer et leur préférence va vers les grandes entreprises d'assurances (question de notoriété).

À retenir

- La demande des assurances est générée en grande partie par des obligations institutionnelles et contractuelles.
- 60% de l'ensemble de la population constitue le marché cible visé à court et moyen terme par la microassurance incluant les PME.
- Selon l'ONS, il existe plus de 959.718 entreprises économiques avec une dominance SARL et EURL familiales n'excédant pas dix salariés.
- Au cours de ces cinq dernières années, beaucoup d'entreprises ont été créées avec une évolution de 27%.
- On estime la composition du secteur des jeunes entrepreneurs et entrepreneures, tous marchés confondus, formels et informels, à près de 4 millions de non-salariés, dont seulement 1,4 million sont immatriculés à la CASNOS et moins de 0,5 million d'entre eux cotisent.
- L'assurance Takaful est une assurance islamique basée sur le principe de l'entraide, mais pas du profit.
- Le contrat d'assurance vie considéré comme de l'usure et un jeu du hasard formellement interdit par la religion musulmane, plus ancrée dans le monde rural, donc plus difficile à pénétrer pour la microassurance.
- Lors de la création de petites entreprises, les investisseurs accordent une grande importance aux principes de la charia en termes de financement de leurs projets et préfèrent recourir à leurs fonds propres plutôt que le financement des banques classiques.
- Atteindre l'équilibre entre valeur et coûts pour répondre aux besoins et aux préférences des clients reste un véritable enjeu.
- Pour la majorité des répondants, la maladie est le risque le plus préoccupant pour l'individu et sa famille. Les autres risques susceptibles de se produire sont le décès, l'incendie, les catastrophes climatiques et tout autre événement imprévu (accidents, etc.).
- La principale raison évoquée pour ne pas adhérer à l'assurance est liée au manque d'argent.
- Les entrepreneurs et entrepreneures interrogés ne rejettent pas l'idée de s'assurer et leur préférence porte vers les grandes entreprises d'assurance (question de notoriété)
- Il y a un réel besoin d'assurances en Algérie ainsi qu'un fort potentiel. En ce sens, la microassurance apparaît comme une avenue de solutions : elle est fondée sur l'adaptation de services d'assurance à des populations non desservies par l'assurance classique et s'adresse aux populations à faible revenu du secteur formel ou informel, qu'elles soient issues du milieu rural, urbain ou périurbain.

3- L'analyse de l'offre

a. Le système public de protection sociale

Le système national de sécurité sociale algérien se caractérise par la prise en charge par l'État de l'ensemble des risques prévus par le Bureau international de travail (BIT) pour les salariés et les non-salariés. Bien qu'il soit estimé que 80% de la population de l'Algérie bénéficie de la couverture partielle de l'assurance maladie, il en est tout autrement pour la protection d'assurance sociale. Selon l'enquête-emploi auprès des ménages 2010 de l'Office national des statistiques (ONS), la moitié des travailleurs en Algérie ne sont pas déclarés à la sécurité sociale, c'est donc dire qu'ils ne bénéficient d'aucune protection d'assurance sociale (invalidité, décès, retraite et soins dans le secteur privé) à l'exception de la couverture partielle d'assurance maladie.

En plus du réseau public, il existe des structures de soins privées dont 99 cliniques privées de soins de bon niveau dans 30 wilayas du pays ainsi que des dizaines de centres d'hémodialyse et de laboratoires, d'analyses médicales et d'imagerie médicale. De plus, 82 transporteurs médicaux sont répartis dans une quarantaine de wilayas.

b. Le secteur de l'assurance traditionnelle

Le marché algérien de l'assurance démontre un retard certain, tant au niveau mondial qu'au niveau continental. Le taux de pénétration¹ de 0,7% de l'assurance (0,6% non-vie et 0,1% vie) reste faible comparé à celui des pays industrialisés (9%), de la moyenne des pays émergents (3%) ainsi que d'autres pays du Maghreb (Maroc : 2,9% ; Tunisie : 1,8%). Ainsi, le marché algérien représente un potentiel très important que la microassurance pourra permettre aux assureurs de saisir, permettant d'explorer de nouveaux marchés et de construire un capital de marque fort, qu'ils pourront utiliser par la suite pour vendre aussi des produits d'assurance conventionnels.

Le marché des assurances en Algérie reste dominé par la branche Automobile avec une part de 51% du chiffre d'affaires en 2011, alors que les assurances de personnes ne représentent que 8% du chiffre d'affaires. À l'examen de la répartition de la production de 2011 par branche, on aperçoit l'absence flagrante d'une diversification des risques couverts et une nette insuffisance des risques particuliers malgré l'obligation légale pour les particuliers et les personnes morales d'adhérer à certaines catégories d'assurance dites obligatoires, dont celle couvrant les catastrophes naturelles.

Le marché de la microassurance en Algérie se caractérise principalement par l'offre de l'assurance crédit exigée par les banques, entre autres aux jeunes entrepreneurs et entrepreneures, avec toutefois un très faible volume en prime représentant environ 0,01% du chiffre d'affaires

global des compagnies d'assurances. Outre ce produit, il n'existe pas de produit de microassurance en cours proprement dit dans le marché algérien.

c. Le secteur correspondant aux jeunes entrepreneurs et entrepreneures

L'État algérien a mis en place durant ces dernières années une série de dispositifs d'aide à la création de petites et de micro-entreprises (TPE) par les jeunes, les chômeurs et les femmes sans emploi. Ces dispositifs prévoient également le financement de ces moyennes, petites et micro-entreprises par des banques (microfinance), notamment les bénéficiaires de l'Agence nationale de gestion du microcrédit (ANGEM), les bénéficiaires de la Caisse nationale d'allocation chômage (CNAC) ainsi que les jeunes entrepreneurs et entrepreneures de l'Agence nationale pour le soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ).

Afin de garantir la solvabilité de ces jeunes entrepreneurs, les banques obligent ces derniers à souscrire des contrats d'assurance en cas de décès/invalidité et des assurances dommages en couverture de leurs projets face à la survenance de risques aléatoires, avec des avenants de subrogation au bénéfice des bailleurs de fonds.

d. Le secteur de la bancassurance

Le paysage bancaire en Algérie est constitué par six banques commerciales publiques, quatorze banques commerciales privées étrangères et sept établissements financiers. Malgré la présence de ces acteurs bancaires, le taux de bancarisation reste encore faible par rapport aux potentialités existantes et une masse monétaire considérable évaluée par la Banque Mondiale à environ 45 G \$US. Depuis 2006, la loi autorise les banques à distribuer certains produits d'assurance.

e. La microfinance

La microfinance a été inaugurée en Algérie, il y a une douzaine d'années, avec comme objectifs la création d'emplois, la création de petites et moyennes entreprises, le développement agricole et rural de même que l'aide aux femmes, en mentionnant la précarité plutôt que la pauvreté. Le multifinancement a été prévu en mesure d'accompagnement par l'État, par les banques publiques et les bailleurs de fonds, tous couverts en partie par plusieurs fonds de garantie. En dépit de cet ensemble de dispositions, le système recèle des faiblesses importantes qui ont freiné sans aucun doute le développement de la microfinance et son impact économique et social.

f. Les intermédiaires

Il existe de nombreux intermédiaires dans le secteur des assurances en Algérie, notamment :

- le réseau des compagnies d'assurances, avec leurs 918 agences directes, 640 agents généraux et 25 courtiers ;

- le réseau de la Caisse Nationale de Mutualité Agricole, avec ses 62 caisses régionales et 294 bureaux locaux ;
- le réseau de la bancassurance ;
- les structures supportant les PME et le secteur agricole.

Tous ces réseaux représentent un potentiel intéressant pour la distribution des produits de microassurance.

g. L'assurance Takaful

Dans les pays musulmans, le marché de l'assurance, en général, et celui de l'assurance vie, en particulier, restent globalement très faibles. En effet, en plus de l'absence d'une culture d'assurance inhérente entre autres à l'absence de la notion de risque et à son transfert vers la fatalité, la perception négative de l'assurance dans les sociétés musulmanes repose sur le fait de son assimilation à l'usure et aux jeux de hasard prohibés par la foi musulmane. Le modèle Takaful peut apporter une réponse favorable au développement de l'assurance dans un tel contexte.

Les principes de l'assurance Takaful sont basés sur la coopération mutuelle et le partage du risque par un groupe de participants. Il découle de l'idée que les individus doivent se protéger mutuellement. Sa distinction par rapport à l'assurance classique est fondée principalement sur la prohibition de l'intérêt usuraire, l'incertitude, la spéculation ou le jeu de hasard. Les aspects techniques de la gestion pour une entreprise Takaful sont près de ceux de la gestion d'un assureur traditionnel, la principale différence résidant dans la séparation des fonds des actionnaires et des participants et l'autre grande différence étant le strict respect de la religion musulmane dans les transactions.

h. Le secteur informel

Selon l'Office national des statistiques, l'emploi informel engloberait environ 50% de la force de travail. Ce secteur est caractérisé par de graves difficultés de protection sociale, de mauvaises conditions de travail et de précarité de l'emploi. Il faut souligner que les pouvoirs publics, le patronat et toutes les autres composantes de la société algérienne perçoivent l'impérieuse nécessité de faire du traitement de l'économie informelle une priorité nationale.

D'après certains économistes, le secteur économique privé ne contribue qu'à la hauteur de 1% de la fiscalité perçue par le Trésor public, alors qu'il produit plus de 80% de la valeur ajoutée globale hors hydrocarbures. Le ministère du Commerce avait évalué à la fin de l'année 2011 à plus de 1,2 G \$US le montant des marchandises et services ayant échappé aux impôts en l'absence de facturation. Fait à remarquer, les activités économiques informelles concernent désormais aussi bien les femmes que les hommes.

Les structures communautaires d'entraide sociale sont très présentes en Algérie. Ces structures sociétales traditionnelles sont parfois millénaires, relevant de l'organisa-

tion sociale propre à certaines communautés de la société algérienne, et jouent un rôle permanent de solidarité dans le soutien économique et social aux plus démunis.

À retenir

- Sur une population totale des non-salariés (excluant leurs ayants droit) d'approximativement 4 millions de personnes²⁰, seuls 20% des non-salariés cotisent et seulement de 12 à 15% sont à jour de leur contribution et bénéficient d'une protection de la CASNOS.
- Il est important de constater la situation pour la population de salariés (estimée à 10 millions de personnes) ; alors que tous les salariés du secteur public bénéficient de la couverture sociale complète, il ressort que les employeurs d'une majorité de salariés du secteur privé ne les déclarent pas (parfois en accord avec les salariés eux-mêmes), avec pour conséquence qu'ils se retrouvent sans protection sociale.
- 80% de la population bénéficie de la couverture partielle de l'assurance maladie.
- La moitié des travailleurs en Algérie ne sont pas déclarés à la sécurité sociale, donc sans aucune protection d'assurance sociale (invalidité, décès, retraite et soins) à l'exception de la couverture partielle d'assurance maladie.
- Le taux de pénétration²¹ de 0,7% de l'assurance (0,6% non-vie et 0,1% vie) reste faible comparé à celui des pays industrialisés (9%) et de la moyenne des pays émergents (3%).
- Les assurances de personnes en Algérie représentent 7,8% du total des primes émises en 2011 alors qu'en Tunisie et au Maroc elles sont, respectivement, de 12% et 32%. Ailleurs dans le monde, le volume des primes concernant les assurances de personnes représente environ le 2/3 du volume des primes émises.
- Le marché algérien de l'assurance est dominé par les quatre compagnies publiques qui accaparent une part de marché de 67% en 2011, alors que les sociétés privées arrivent à détenir 25%.
- Le marché des assurances reste dominé par la branche Automobile avec une part de 51% du chiffre d'affaires de 2011.
- L'absence d'une diversification des risques couverts et une nette insuffisance des risques particuliers (malgré certaines catégories d'assurance obligatoires).
- Une compétitivité entre les compagnies, basée sur les prix et la recherche d'une clientèle composée d'entreprises, au détriment de la diversité des produits et de la qualité des services.
- L'État algérien a mis en place une série de dispositifs d'aide à la création de petites entreprises et de micro-entreprises (TPE) par les jeunes, les chômeurs et les femmes sans emploi (ANSEJ, ANGEM et CNAC) ; les banques obligent ces derniers à souscrire à des contrats d'assurance en cas de décès/invalidité et des assurances dommages ; moins du tiers de ces personnes se prévalent du financement et de l'assurance.

- Le secteur public bancaire (six banques) reste dominant avec près de 90% des dépôts et des crédits octroyés dans le pays.
- Le taux de bancarisation reste encore faible par rapport aux potentialités existantes.
- Depuis 2007, les banques peuvent distribuer certains produits d'assurance, cependant le chiffre d'affaires réalisé par le biais de la bancassurance n'a représenté que 0,2% du chiffre d'affaires global réalisé par le secteur en 2011.
- En dépit d'un ensemble de dispositions d'accompagnement par l'État, le système recèle des faiblesses importantes qui ont freiné sans aucun doute le développement de la microfinance et son impact économique et social.
- Il existe de nombreux intermédiaires dans le secteur des assurances en Algérie : le réseau des compagnies d'assurances, les courtiers, le réseau de la Caisse Nationale de Mutualité Agricole, le réseau de la bancassurance, les structures supportant les PME et le secteur agricole.
- Le contrat d'assurance commerciale, tel que pratiqué par les compagnies d'assurances commerciales, comporte une part importante d'incertitude, qui le rend insuffisant. Il est par conséquent prohibé par la charia.
- Deux formes d'assurance admissibles à condition que les placements soient conformes à la charia : l'assurance mutuelle, car basée sur l'aide mutuelle et l'assurance sociale, car basée sur la coopération sociale sans but lucratif.
- L'expansion de la finance islamique à travers plus de 300 institutions financières, dont les actifs gravitent autour de 800 G \$US dans plus de 75 pays, est un levier propice à l'émergence de l'assurance/microassurance sous la forme Takaful.
- L'emploi informel englobe environ 50% de la force de travail.
- Les pouvoirs publics, le patronat et toutes les autres composantes de la société algérienne perçoivent l'impérieuse nécessité de faire du traitement de l'économie informelle une priorité nationale.
- Plusieurs communautés traditionnelles existent dans plusieurs régions du pays.
- Outre l'assurance crédit pour emprunteur qui compte un très faible volume en prime, il n'existe pas de projet de microassurance en cours proprement dit dans le marché algérien.
- Le marché algérien de l'assurance démontre un certain retard tant au niveau mondial qu'au niveau continental. Malgré l'universalité de l'assurance santé, la majorité des gens ne bénéficient que d'une couverture partielle. Toutefois, le marché algérien représente un potentiel très important sachant que la microassurance donnera aux assureurs l'opportunité d'explorer de nouveaux marchés et de construire un capital de marque fort qu'ils pourront utiliser par la suite pour vendre aussi des produits d'assurance conventionnels.

4- L'analyse du cadre réglementaire en Algérie

L'institution du monopole de l'État algérien sur les opérations d'assurance fut institué en 1966; en conséquence, les entreprises étatiques d'assurances étaient désormais seules habilitées à pratiquer les opérations d'assurance pour lesquelles elles étaient agréées. À remarquer toutefois que les dispositions de la loi ne s'appliquent pas aux entreprises algériennes d'assurances à forme mutuelle.

En 1995 vint la libération du marché des assurances qui leva les restrictions sur le fonctionnement des compagnies d'assurances et la pratique de celle-ci ainsi que la réintroduction de l'intermédiation dans le domaine par le biais de courtiers agréés par le ministère des Finances et d'agents généraux agréés par les sociétés d'assurances. Cette ordonnance instituait également un contrôle plus rigoureux de l'État ainsi qu'un organe de réflexion et de concertation, le Conseil national des assurances (CNA), dont la tâche fut de mener à bien le processus de libéralisation du secteur.

Une modification à la loi a été apportée en 2006 afin de renforcer la sécurité financière et la gouvernance des compagnies d'assurances. Entre autres, cette loi sépare les activités vie et non-vie, autorise les opérateurs étrangers, crée un fonds de garantie des assurés, permet aux banques de distribuer les produits d'assurance (bancassurance) et instaure une commission de supervision des assurances.

Prenant en compte la nature du marché algérien et la nature des principes ou standards observés ou non, il est possible d'affirmer qu'il existe en Algérie un socle permettant d'affirmer que l'assurance y est une activité régulée et supervisée.

Aujourd'hui, les seuls réseaux autorisés à distribuer l'assurance sont les agences directes, les agents généraux, les courtiers, la bancassurance et les agences de voyages.

Malgré la présence d'une société d'assurances de type Takaful et de deux banques islamiques qui se sont adaptées aux réglementations locales, le Takaful et la finance islamique ne sont pas encore réglementés en Algérie.

À retenir

- L'institution du monopole de l'État algérien sur les opérations d'assurance fut créée en 1966 ; toutefois, les dispositions de la loi ne s'appliquent pas aux entreprises algériennes d'assurances à forme mutuelle.
- En 1995, la libération du marché des assurances leva les restrictions sur le fonctionnement des compagnies d'assurances ainsi que la réintroduction de l'intermédiation.
- Une modification à la loi a été apportée en 2006 afin de renforcer la sécurité financière et la gouvernance des compagnies d'assurances. Entre autres, cette loi sépare les activités vie et non-vie, autorise les opérateurs étrangers, crée un fonds de garantie des assurés, permet aux banques de

distribuer les produits d'assurance (bancassurance) et instaure une Commission de Supervision des Assurances.

- Les réseaux autorisés à distribuer l'assurance sont les agences directes, les agents généraux, les courtiers, la bancassurance et les agences de voyages.
- Malgré la présence d'une société d'assurances de type Takaful et de deux banques islamiques qui se sont adaptées aux réglementations locales, le Takaful et la finance islamique ne sont pas encore réglementés en Algérie.
- Le minimum absolu de capital trop élevé peut être considéré comme une barrière à l'entrée pour tout nouveau microassureur.
- Les assureurs sont toujours soumis à l'obligation de placer 50% de leurs réserves techniques en bons du Trésor. Cette obligation légale les oblige à accepter des taux de rendement très faibles.
- Les associations ont le statut juridique pour défendre leurs adhérents et militants, peuvent intenter des actions en justice et se constituer en partie civile. Ce nombre d'associations en constante évolution peut être un vecteur pour véhiculer la microassurance.
- La plupart des pays du sud ont, pour plusieurs raisons, opté pour un code des assurances près de celui des pays industrialisés. Les faiblesses des systèmes législatifs classiques envers la microassurance résident donc, entre autres, dans le niveau élevé de fonds propres exigés ainsi que dans le détail des polices et des règles applicables aux distributeurs d'assurance (agents) qui sont soit trop laxistes, soit trop restrictives.
- Bien qu'il existe en Algérie un socle solide permettant d'affirmer que l'assurance y est une activité régulée et supervisée, il est prouvé que l'existence d'une réglementation peut soit promouvoir, soit entraver l'offre de services d'assurance aux groupes à faible revenu. Un cadre réglementaire bien conçu est un facteur essentiel de l'efficacité et de l'efficience des services de microassurance. Certains aspects du cadre réglementaire devront donc être révisés (ex. : minimum absolu de capital, règles prudentielles, intermédiaires, etc.).

5- Les recommandations concernant le cadre réglementaire

1. L'actualisation de la réglementation du secteur des assurances en Algérie de façon à y intégrer une nouvelle branche d'activité dite «Microassurance» et y définir une nouvelle catégorie de produits de «microassurance» présentant un risque systématiquement inférieur.
2. La coexistence de la branche Microassurance Vie et IARD avec l'une des branches traditionnelles d'Assurance Vie ou IARD au sein d'un même assureur.
3. L'encouragement à la création de sociétés mutuelles d'assurances pour propager la microassurance lors de la venue d'éventuels nouveaux acteurs dans le marché.

4. La création d'une catégorie de produits de microassurance présentant un risque inférieur permettant au régulateur d'adapter les obligations réglementaires prudentielles et de conduite du marché pour faciliter une souscription et une distribution à moindre coût.
5. La mise en place de dispositifs réglementaires propices au développement de nouveaux canaux de distribution alternatifs de proximité moins coûteux en microassurance (vendeurs indépendants, clubs de vendeurs en assurance, associations et autres organisations structurées).
6. La recherche d'une compétence accrue des assureurs, des intermédiaires et distributeurs de microassurance.
7. La commission de supervision des assurances – l'organe régulateur des assurances en Algérie – au secteur de la microassurance également.
8. L'encouragement et le soutien par le gouvernement au réassureur national en vue du développement des mécanismes de réassurance.
9. L'élargissement du rôle de l'Union des Assurances et Réassurances (UAR).

6- Les recommandations relatives au marché et non réglementaires

10. L'amélioration des dispositifs bancaires et non bancaires de microfinance afin de favoriser la politique de l'inclusion financière.
11. L'implication individuelle ou en partenariat de la part des compagnies d'assurances afin de stimuler le développement de la microassurance par une série de mesures telles que l'exploration de partenariats avec des réseaux de distribution, conception de produits multirisques, etc.
12. La production par les sociétés d'assurances d'une offre plus adaptée aux réels besoins des populations cibles de la microassurance en créant une réelle valeur.
13. L'intensification de la communication institutionnelle en assurance en direction du public par l'ensemble des acteurs du marché (gouvernement, union des assureurs, compagnies, etc.).
14. L'utilisation des nouvelles technologies d'information et de communication dans l'exploitation des activités d'assurance.
15. L'institutionnalisation de mesures incitatives, notamment fiscales, en direction des produits de microassurance.
16. Les recommandations complémentaires de la part du comité de la task force.

En conclusion, l'Algérie représente un fort potentiel pour le marché de la microassurance qui profitera à l'ensemble de la population à faible revenu ainsi qu'aux jeunes entrepreneurs et entrepreneures par la couverture d'une protection d'assurance adaptée à leurs besoins.

II. RECOMMANDATIONS ET PROPOSITIONS

La conception de la microassurance en Algérie reste difficile et complexe pour plusieurs raisons :

- L'assurance est un domaine complexe qui exige une compétence et une connaissance approfondie que les institutions financières (banques et autres) doivent acquérir.
- Plusieurs assureurs locaux soutiennent que le marché des bas revenus n'est pas rentable en raison d'un nombre élevé de transactions à un coût élevé et des primes très basses ne supportant pas ces coûts.
- Les produits d'assurance classique mis sur le marché depuis longtemps peinent à se développer malgré le caractère obligatoire de certains d'entre eux.
- Une profonde méconnaissance par les populations urbaines et rurales des apports de l'assurance à la protection des divers risques encourus due notamment à un flagrant manque d'information et de communication.
- Face à cette méconnaissance de l'assurance viennent se greffer de fortes réticences dues aux mentalités et usages de la société algérienne ; une forte et large solidarité entre membres de la famille et des croyances religieuses bannissant l'intérêt et le hasard en constituent des manifestations évidentes.
- L'existence dans les secteurs du commerce et des services d'un marché informel, puissant et étendu, à l'intérieur duquel s'est développée une protection sociale et matérielle diversifiée.
- Une forte progression du taux d'inflation qui érode encore un peu plus les bas revenus.
- D'autres considérations largement décrites précédemment : problèmes réglementaires, réseaux de distribution, revenus ou épargnes disponibles, etc.

Par conséquent, les pouvoirs publics et les principaux opérateurs concernés dans le domaine de l'assurance devront déployer des efforts importants, notamment :

- par une connaissance approfondie de ce marché à bas revenu afin de s'imprégner de ses véritables besoins et capacités et de concevoir des produits en mesure de répondre au mieux à ses préoccupations ;
- par la mise en force d'un programme d'information et de communication, à l'aide de moyens capables de toucher la majorité des populations ciblées, notamment en milieu rural ; un tel programme devra être à la portée de la compréhension non seulement des apports de l'assurance, mais devra comporter une argumentation pouvant lever les réticences

et les appréhensions par rapport à l'assurance formelle ;

- en établissant un partenariat avec des institutions financières, afin de mettre en commun leur expertise, et en réalisant une collaboration profitable aux deux parties :
 - permettant à l'institution financière de diversifier ses produits financiers par des produits d'assurance adaptés aux besoins de leur clientèle,
 - permettant à la compagnie d'assurances d'accéder à de nouveaux marchés à fortes potentialités touchant des milliers de clients accessibles à leur démarche ;
- grâce à une politique de groupe qui, en plus de l'élargissement des populations touchées pour les produits, permettra la collecte des primes avec des transactions conçues pour rendre leur coût plus abordable dès l'instant où une telle approche se fondera sur la loi des grands nombres, avec un partage plus large des risques ;
- par la sélection d'un partenariat capable d'offrir aux populations jusque-là marginalisées une sécurité et un service susceptibles de réduire leur vulnérabilité face aux risques encourus pour leurs biens, leurs personnes et parfois leurs moyens mêmes d'existence.

Conséquemment, on admettra que l'implantation de la microassurance favorisera sans nul doute la croissance économique dans le sens où elle encouragera la prise de risques, c'est-à-dire l'investissement dans les projets, dans la création et la pérennité des micro-entreprises. De plus, les mécanismes mis en place conditionneront la poursuite d'activités malgré un sinistre, avec le maintien du pouvoir d'achat et de la consommation.

1. Le cadre réglementaire, de contrôle et politique de la microassurance

Il est prouvé que l'existence d'une réglementation peut soit promouvoir, soit entraver la fourniture de services d'assurance aux groupes à faible revenu. Un cadre réglementaire bien conçu est un facteur essentiel de l'efficacité et de l'efficience des services de microassurance.

Afin de développer les marchés de la microassurance, les régulateurs devront viser les objectifs généraux suivants :

- Permettre d'atteindre le grand public et l'officialisation, en garantissant un terrain de jeu égal pour les petits et les grands acteurs lorsqu'ils cherchent à desservir le même marché.

- Promouvoir les produits, les fournisseurs et les canaux de distribution qui encourageront l'introduction favorable des clients à faible revenu à l'assurance et à ses bénéficiaires.
- Adopter une réglementation basée sur le risque en adaptant la réglementation aux différents risques engendrés par les produits de la microassurance et l'intermédiation.
- Minimiser la charge réglementaire de la souscription et de l'intermédiation.

Il existe à l'heure actuelle plusieurs pays qui ont décidé de se doter de législations spécifiques à la microassurance ou, encore, de modifier leur législation actuelle afin d'y inclure ce nouveau secteur. Parmi les initiatives qui semblent avoir réellement contribué ou qui semblent disposer du potentiel pour stimuler le secteur, on retrouve les suivantes :

- **Inde** : Les «Obligations des assureurs envers le secteur rural et social» du 16 octobre 2002 précisent que les assureurs qui ont débuté leurs activités après 1999 doivent vendre un pourcentage fixe de polices d'assurance au secteur social et aux populations rurales.
- **Philippines** : Des programmes de mutualité d'entraide jouissent de dispositions relatives aux fonds propres moins élevées.
- **Afrique de l'Ouest** : la Conférence interafricaine des marchés d'assurance (CIMA) a apporté des modifications au code des assurances des États membres afin d'y intégrer une nouvelle réglementation sur la microassurance. Plusieurs mesures ont été apportées dont, entre autres, la diminution du minimum requis de fonds propres obligatoires, l'allègement des procédures de souscriptions, la réduction des règles prudentielles et comptables, etc.

En regard des objectifs et de la situation juridique actuelle énumérée précédemment, il apparaît souhaitable d'apporter quelques modifications au cadre réglementaire, de contrôle et de politique de la microassurance afin d'assurer son développement auprès des populations cibles. Il convient en premier lieu de définir la microassurance.

La microassurance est définie par l'AICA comme une «assurance à laquelle a accès (ou qui est accessible à) la population à faible revenu, proposée par plusieurs entités différentes, mais fonctionnant conformément aux pratiques d'assurance généralement acceptées (qui doivent inclure les principes de base d'assurance). Surtout, cela signifie que le risque couvert par une police de microassurance est géré sur la base des principes d'assurance et financé par des primes». Cela exclut donc toute forme de sécurité sociale et autre assistance d'urgence assurées par l'État, «car cela n'est pas financé par des primes liées au risque, et les

bénéficiaires ne sont pas versés depuis des groupements de fonds gérés sur la base des principes d'assurance et de risques». Cela concerne donc non seulement les assurances individuelles mais aussi les produits d'assurance créés pour les petites entreprises et les petits groupements d'entreprises et servant à gérer leurs risques. Le champ de la microassurance dépasse les simples prestations d'assurance fournies par des organisations de microfinance, et peut rassembler toutes les catégories de prestataires, à savoir l'État, les organisations commerciales (sur la base de l'actionnariat ou de la mutuelle) et les organismes à but non lucratif (notamment les ONG, les coopératives et les mutuelles).

Toute définition basée sur les niveaux de revenus des clients serait difficile et chère à appliquer. Par conséquent, il est préférable de définir la microassurance en fixant des limites de bénéfice ou de prime garantissant qu'ils s'adressent majoritairement aux pauvres. Cela permet aussi de limiter le risque de souscription, ce qui est particulièrement important pour autoriser l'accès au marché à des microassureurs disposant de capitaux bien souvent inférieurs à ceux des assureurs.

Par conséquent, les 9 recommandations suivantes sont proposées :

1.1. L'actualisation de la réglementation du secteur des assurances en Algérie de façon à y intégrer une nouvelle branche d'activité dite «Microassurance» et y définir une nouvelle catégorie de produits de «microassurance» présentant un risque systématiquement inférieur

Il est entendu que cette nouvelle branche sera requise exclusivement pour les assureurs ou microassureurs qui développeront des activités de microassurance sans détenir une branche d'assurance classique.

La solution la plus évidente, qui permet de garantir des économies d'échelle ainsi que des produits à forte valeur ajoutée qui seront viables à court, moyen et long terme, passe par l'utilisation de produits d'assurance dits «de masse» et qui peuvent être définis comme suit :

«L'assurance de masse se reconnaît à la présence d'un contrat-cadre assurant un grand nombre de personnes, des petites entreprises et/ou des petits regroupements de petites entreprises comportant des conditions uniformes ainsi qu'un nombre limité d'options. Elle peut se vendre sur une base individuelle (contrat remis à chaque adhérent) ou sur la base d'un regroupement (contrat émis au nom du regroupement, chaque adhérent remplit un formulaire d'adhésion et reçoit une attestation décrivant les caractéristiques de l'assurance). Si la vente est effectuée sur la base d'un regroupement, les adhésions peuvent être obligatoires ou volontaires selon la spécification du contrat. Il est permis à un adhérent de choisir des options à l'intérieur de la police

d'assurance de masse. L'échéance de la police vendue ne doit pas dépasser cinq ans et le niveau maximum d'une prime par individu ne doit pas dépasser un certain montant fixé par la réglementation le cas échéant».

De plus, on devra prendre en considération la simplification des produits, de la politique de souscription et des conditions générales compte tenu du niveau d'instruction de la population concernée, et ce, sans porter atteinte à la transparence du contrat et à la protection des assurés et bénéficiaires.

Le recours aux produits d'assurance de masse permettra non seulement de réduire considérablement les coûts, mais également d'éliminer la plupart des opérations de souscription et de permettre à beaucoup plus de personnes ainsi qu'aux petites entreprises et/ou petits groupements d'entreprises de bénéficier d'une couverture d'assurance.

À l'heure actuelle, bien que l'assurance agricole constitue l'un des produits les plus demandés par les populations à bas revenu, le nombre de producteurs couverts par des régimes de microassurance agricole demeure encore très marginal et les projets semblent encore en être à un stade d'avancement embryonnaire. Dans un contexte de microassurance, l'assurance agricole basée sur un indice présente plusieurs avantages. Le modèle a d'ailleurs été extensivement expérimenté au cours des dernières années en Asie et en Afrique de l'Est et semble présenter un potentiel intéressant pour la couverture des risques d'un grand nombre de producteurs. Il ne semble cependant n'avoir été que peu testé en Algérie et semble encore méconnu par les intervenants. L'acceptabilité des produits d'assurance basés sur un indice devrait donc être statuée de façon explicite à l'intérieur de la réglementation. L'absence de législation ou de règles claires à cet égard nuit actuellement à l'éclosion de nouveaux projets et, donc, à l'offre et la configuration de produits adaptés à l'attention de la population située en zone rurale.

À l'intérieur de la réglementation devrait être intégrée une section sur les assurances de risques agricoles abordant l'assurance indicielle qui peut être définie comme suit :

«Le principe essentiel de l'assurance indicielle est que les contrats ou polices sont souscrits sur la base de périls ou d'événements spécifiques (c.-à-d. perte de rendement, sécheresse, inondation, taux de mortalité du bétail ou, encore, désastres naturels tels que tremblements de terre, ouragans et typhons), bien définis, facilement circonscrits ou mesurables à un niveau régional. Les différents indices seront donc mesurés à partir des données au niveau de toute zone agronomique, climatique ou civile. Par conséquent, la direction des assurances pourrait, selon le produit fourni, valider la source d'information utilisée pour la collecte des données. Le taux de prime payé par tous les assurés localisés à l'intérieur d'une même zone ou région devrait être similaire pour un même risque assuré. De la

même façon, à partir du moment où l'évènement déclencheur survient, tous les acheteurs d'une même zone ou région devraient recevoir des niveaux d'indemnisation similaires pour le même risque assuré».

Aussi, l'accès aux assurances indicielles ne devrait pas être limité uniquement aux producteurs et populations en zones rurales puisque, par exemple, les désastres naturels peuvent également être dommageables au niveau des propriétés et infrastructures urbaines et pourraient également s'avérer utiles dans ce cadre.

La mise en place de projets fonctionnels et pertinents d'assurance agricole basée sur un indice est également fortement dépendante des infrastructures en place et de la bonne volonté de l'État et du bailleur à supporter le secteur. Ainsi :

- le renforcement des bases de données existantes (avec données segmentées par culture et zones géographiques) faciliterait la mise en place d'assurances basées sur l'indice de rendement ;
- l'accroissement du niveau de couverture en termes météorologiques et/ou l'exploration des technologies satellitaires faciliterait la mise en place d'assurances basées sur les indices météorologiques (ou NDVI) ;
- la mise en place et l'encadrement des producteurs par des programmes d'éducation, de sensibilisation, de prévention mais également de financement et de commercialisation appropriés, et ce combinés à l'assurance agricole, permettraient d'accroître l'impact sur les niveaux de vie, de mitiger ou de réduire certains risques réputés comme étant non ou plus difficilement assurables (risques de maladie ou d'insectes) et de finalement réduire l'ensemble des vulnérabilités auxquelles font face le secteur.

L'actualisation de la réglementation est l'une des premières étapes que l'État doit mettre en avant afin d'encourager les assureurs à développer et offrir des produits rentables de microassurance répondant aux besoins des clientèles cibles. Plusieurs assureurs ont de la difficulté à imaginer la rentabilité des produits de microassurance puisqu'ils conçoivent et distribuent des produits de microassurance dans un contexte d'assurance classique. La microassurance diffère de l'assurance classique par sa conception (produit principalement orienté vers la masse (produits de groupe) plutôt qu'individuellement), par ses procédures administratives qui doivent être réduites au minimum, par sa distribution (en utilisant de nouveaux réseaux de distribution permettant de rejoindre la clientèle cible) et par ses règles prudentielles réduites en raison de risques moindres.

La réglementation devra donc être actualisée afin d'encourager et permettre aux assureurs d'être innovants dans cette nouvelle approche de masse tout en ayant le meilleur rapport qualité/prix et des produits de microassurance répondant aux besoins de la population cible.

1.2. La coexistence de la branche Microassurance Vie et IARD avec l'une des branches traditionnelles Vie ou IARD au sein d'un même assureur

Puisque la majorité des protections offertes dans le cadre de cette nouvelle branche Microassurance auront une échéance courte, il est proposé que les assureurs qui disposeront de cet agrément se verront accorder le droit d'offrir des protections de microassurance couvrant l'ensemble des risques permis par la réglementation sur les assurances en Algérie (Risques Vie et IARD) à la condition que soit respectées les conditions relatives à la microassurance.

Pour les assureurs disposant déjà d'un agrément pour l'une de ces branches (Vie et IARD), les documents à être produits lors de la demande d'agrément microassurance pourront être allégés.

1.3. L'encouragement à la création de sociétés mutuelles d'assurances pour propager la microassurance lors de la venue d'éventuels nouveaux acteurs dans le marché

Les principaux acteurs formels de l'assurance opérant présentement en Algérie sont les assureurs traditionnels publics et privés ainsi que la Caisse Nationale de Mutualité Agricole. Ces acteurs auront un rôle important à jouer dans le développement de la microassurance en y intégrant cette nouvelle branche.

Comme les sociétés mutuelles d'assurances, de par leur définition et leur nature, sont des organismes près des populations cibles pour la microassurance, l'État pourrait encourager la création d'éventuelles sociétés mutuelles d'assurances qui respectent bien sûr la réglementation afin de propager la microassurance par l'exigence d'un minimum de fonds propres plus bas et/ou des allègements fiscaux. De plus, le concept de mutuelle se rapproche sensiblement du concept Takaful, ce qui devrait favoriser davantage l'acceptation de la microassurance par une plus grande partie de la population.

1.4. La création d'une catégorie de produits de microassurance présentant un risque inférieur permet au régulateur d'adapter les obligations réglementaires prudentielles et de conduite du marché pour faciliter une souscription et une distribution à moindre coût

Afin d'encourager les acteurs actuels et la venue de nouveaux acteurs de la microassurance, le régulateur peut, en considérant le risque inférieur relié à cette branche, adapter les obligations réglementaires prudentielles et de conduite du marché pour faciliter une souscription et une distribution à moindre coût. Par conséquent, il devrait revoir les éléments suivants :

- Diminution du niveau minimum de fonds propres obligatoire : il serait souhaitable de diminuer fortement les fonds propres minimum obligatoires. Pour une entreprise effectuant uniquement des opérations de microassurance, ils pourraient être ramenés à 50 M DA (500 000 € ou 636 000 \$US).

- Évaluation et gestion des risques : il est recommandé qu'il soit demandé à l'ensemble des entreprises de procéder à une autoévaluation des risques et de la solvabilité. La forme et le contenu seront bien entendu adaptés à la nature de l'activité et des risques de l'entreprise.

- Éléments constitutifs de la marge de solvabilité : il serait souhaitable de moduler l'exigence de marge de solvabilité en fonction du transfert de risques vers les réassureurs à l'exemple du mécanisme en vigueur dans l'Union européenne. Par ailleurs, si l'Algérie souhaite développer le secteur mutualiste, il serait préférable de prévoir un mécanisme transitoire afin de permettre que le fonds d'établissement (financé par les sociétaires potentiels) ne soit pas entièrement libéré avant le début des activités. Par exemple, cela pourrait prendre la forme d'un emprunt de dernier rang avec une durée minimale de cinq ans.

- Normes en matière d'activités d'investissement : l'ensemble des normes de placements devrait être revues. En premier lieu, l'obligation de la détention de 50% des engagements réglementés en titres d'État doit être réduite voire supprimée. Devraient y être ajoutés explicitement les emprunts et titres de créances des entreprises publiques et privées ainsi que les divers produits financiers proposés par les banques et établissements financiers. Cet élargissement des possibilités de placement devrait s'accompagner de plafonds par contrepartie (sauf l'État) et par type d'actifs.

- Établissements de ratios financiers : la viabilité et la performance financière de tout programme d'assurance est l'un des préalables pour permettre d'offrir des produits de microassurance de qualité pour la population à faible revenu. La référence jointe présente les indicateurs de performance clé.

1.5. La mise en place de dispositifs réglementaires propices au développement de nouveaux canaux de distribution alternatifs de proximité moins coûteux en microassurance (vendeurs indépendants, clubs de vendeurs en assurances, associations et autres organisations structurées)

Afin de susciter une demande authentique en microassurance, le marché des assurances sera appelé, avec le soutien des pouvoirs publics, à mettre en place des alternatives institutionnelles et commerciales en termes d'offre et de réseaux de distribution adaptés aux mentalités culturelles, au pouvoir d'achat et au niveau d'instruction des cibles de la microassurance.

Les révolutions de l'assurance viennent souvent des réseaux de distribution, c'est pourquoi la réglementation doit autoriser plusieurs catégories d'intermédiaires et encourager des modèles capables de vendre activement des produits.

L'assurance, en général, est rarement un produit que l'on achète, mais bien un produit vendu et expliqué par un intermédiaire. En effet, il s'agit d'un produit intangible dont la valeur est difficilement perceptible, d'où la nécessité de l'intervention d'un

intermédiaire afin d'expliquer et de vendre le produit. Ainsi donc, les microassureurs devront multiplier les partenariats de distribution avec plusieurs intervenants tels que :

- *Les agences directes des compagnies et des mutuelles* : De par leur nombre, leur proximité et leur extension dans le marché, ces réseaux directs salariés de distribution de l'assurance et de prestation sont propices à la commercialisation des produits de microassurance.

- *Les agents généraux* : Ces intermédiaires privés, mandatés par les compagnies, sont appelés à s'accroître davantage. Ils peuvent également constituer des vecteurs potentiels de vente pour la microassurance, car motivés par des commissions.

- *Les courtiers* : Malgré leur nombre limité, ces intermédiaires privés, agréés par les autorités de contrôle, peuvent jouer un rôle non négligeable dans la distribution en gros des produits de microassurance en relation avec les différents prescripteurs et les organismes de crédit.

- *La bancassurance* : En Algérie, les sociétés d'assurances peuvent distribuer les produits d'assurance par l'entremise des banques et des établissements financiers et assimilés et autres réseaux de distribution, conformément à l'article 252 de l'ordonnance N°95-07 modifiée et complétée par la Loi N°06-04 du 20 février 2006 sur les assurances qui stipule que «Les sociétés d'assurances agréées peuvent présenter, sur la base d'une ou de plusieurs conventions de distribution, des opérations d'assurance par l'intermédiaire des banques ou des établissements financiers et assimilés». Cette alternative de distribution est propice pour les banques et organismes de microcrédit pour la distribution des produits de microassurance en couverture des crédits qu'ils accordent ou toute autre protection relative à des produits de microassurance.

Dans cette optique la poste, avec ses 15 millions de comptes postaux et ses 3.500 bureaux de poste, pourrait à l'avenir jouer un rôle considérable dans la distribution de masse des produits d'assurance et de microassurance, notamment ceux s'adressant aux clientèles à bas revenu possédant un compte CCP et dont les primes mensualisées pourraient être prélevées directement sur ces comptes.

- *Les conseillers à la clientèle* : Certaines compagnies d'assurances ont utilisé et utilisent parfois avec succès (ex. : SALAMA) des réseaux mobiles de conseillers à la clientèle pour la vente de produits d'assurance de personnes et de particuliers. Ces agents commerciaux, rémunérés en pourcentage des primes qu'ils génèrent, bien formés sur les produits qu'ils vendent, soutenus par un back office technique et encadrés par des inspecteurs commerciaux peuvent devenir le vecteur de vente de proximité par excellence de l'assurance/microassurance de personnes et le facteur

de propagation sociologique de la culture d'assurance dans le marché.

Néanmoins, l'efficacité d'une telle approche ne pourra être apparente que si son développement est exponentiel en nombre et étendu dans le marché. Pour cela, il faudra que cette formule soit codifiée par la loi, car les compagnies ne peuvent utiliser cette forme de réseau que de façon limitée, compte tenu des charges salariales, sociales et fiscales que ce genre de réseau génère.

- *Les divers prescripteurs* : Les associations et les diverses organisations professionnelles sectorielles des divers corps de métiers (commerce, artisanat, bâtiment, tourisme et services) pourront également jouer un rôle non négligeable dans la conclusion de conventions globales de microassurance avec les compagnies pour faire bénéficier à leurs adhérents de conditions tarifaires préférentielles groupées.

Les chambres régionales de commerce, les directions des PME, du tourisme, de l'artisanat et de l'agriculture sont également des institutions qui peuvent jouer un rôle important dans la sensibilisation des cibles à la gestion des risques et à l'assurance, en liaison avec les assureurs.

Les coopératives de services agricoles, au nombre de 1.053, peuvent jouer un rôle primordial dans le développement du secteur agricole et rural et permettront de créer un excellent relais en matière de la vulgarisation des produits de microassurance en direction du monde agricole et rural et donneront l'occasion d'instaurer la notion de gestion et de prévention des risques au niveau des agriculteurs et éleveurs.

Les associations de notables qui représentent et garantissent la solvabilité de certains segments (femmes actives au foyer) auprès de certaines communautés peuvent être de bonnes passerelles de propagation de la microassurance; il en sera de même de toute autre association ou regroupement déjà impliqués auprès des populations à faible revenu tant au niveau des PME qu'au niveau des particuliers.

Dans le cas d'un contrat vendu à un regroupement, un organisme ou une association au bénéfice de ses membres, le distributeur sera considéré comme étant la structure d'affiliation (ou « endosseur »). Cette structure sera donc le mandataire de l'assureur et aura donc la responsabilité d'effectuer la sensibilisation et la promotion du produit, la souscription, la collecte des primes et le suivi des prestations; une commission pourra alors lui être versée selon le maximum permis par la loi.

1.6. La recherche d'une compétence accrue des assureurs, des intermédiaires et des distributeurs de microassurance

Afin de s'assurer que tous les acteurs qui offriront les produits de microassurance connaissent bien les concepts de

la microassurance ainsi que les caractéristiques des produits à offrir, des programmes de formation devront être élaborés et diffusés à l'intention de ces acteurs et en conformité avec leur rôle dans ce marché :

Les assureurs : Dans la chaîne de valeurs des assurances, l'assureur joue un rôle de premier plan dans la démarche d'assurance. En effet, celui-ci élabore les produits et structure l'offre. Comme son rôle est essentiel au point de départ, il devient donc impératif avant toute autre activité de convaincre les assureurs d'investir dans le développement de la microassurance.

En premier lieu, les efforts devront être déployés afin de convaincre la direction des assureurs de se lancer dans le développement de la microassurance.

Un programme de formation axée sur la conviction et la pratique devra être élaboré et diffusé à l'intention des directeurs généraux des compagnies d'assurances. La formation, d'une durée de trois heures au maximum, comportera un état de situation de l'assurance en Algérie, le potentiel, des expériences concluantes et des façons de faire qui démontrent une possible rentabilité pour la microassurance.

À l'intention des employés des assureurs, un programme de formation plus complet devra être élaboré et diffusé. Il portera sur les concepts de la microassurance énumérés ci-dessous :

- i. La définition de la microassurance
- ii. Les produits de la microassurance
- iii. La distribution
- iv. Plateforme administrative et technologique
- v. Comment assurer la pérennité de la microassurance

Les intermédiaires et distributeurs : Un programme complet de formation devra également être élaboré à l'intention des intermédiaires. Le contenu comportera les concepts de la microassurance (voir ci-dessus) en y intégrant une particularité concernant le rôle d'intermédiation que les courtiers devront jouer entre l'assureur et les regroupements, associations ou tout autre réseau afin de joindre la clientèle cible.

1.7. La commission de supervision des assurances est l'organe régulateur des assurances en Algérie et devra l'être pour la microassurance également; elle est chargée :

- de veiller au respect, par les sociétés et intermédiaires d'assurances agréés, des dispositions législatives et réglementaires relatives à l'assurance et à la réassurance ;
- de s'assurer que ces sociétés tiennent et sont toujours en mesure de tenir les engagements qu'elles ont contractés à l'égard des assurés ;
- de vérifier les informations sur l'origine des fonds servant à la constitution ou à l'augmentation du capital social de la société d'assurances et/ou de réassurances.

Le législateur devrait également – du moins initialement – mettre en place une équipe dédiée et spécialisée relevant de la commission de supervision des assurances pour le secteur de la microassurance ; grâce à une bonne compréhension des enjeux spécifiques liés à ce secteur d'affaires et à l'assurance de masse en général, cette équipe serait également en mesure de bien supporter les assureurs et structures démarrant leurs opérations.

Contrôle interne : L'établissement par les entités visées d'un système de contrôle interne satisfaisant constitue une condition essentielle, quoique non suffisante, pour le succès de la supervision. L'autocontrôle constitue en effet la première étape et l'une incontournable vers une supervision efficace.

En d'autres termes, les efforts de supervision exercés par les autorités (internes et externes) ne seront vraiment efficaces que si l'entité supervisée, par elle-même ou avec le support du réseau auquel elle est affiliée, s'est dotée d'un système de contrôle interne lui permettant une gestion saine et un suivi des recommandations reçues. Dans le cas contraire, les recommandations des superviseurs risquent de rester « lettre morte » et l'entité, de piétiner sans possibilité d'amélioration.

1.8. L'encouragement et le soutien par le gouvernement au réassureur national en vue du développement des mécanismes de réassurance

L'implication du réassureur national se traduira par la maturation du marché. Elle sera d'autant plus appréciable que ses multiples fonctions – le financement, la capacité, la protection contre les catastrophes, l'assistance technique, le conseil en matière de souscription, de tarification et de contrôle des risques moraux et d'antisélection – seront toutes nécessaires à l'heure où la croissance des microassureurs se traduit par une hétérogénéité des portefeuilles. Le réassureur national est une autre manière pour l'intervention publique de contribuer à la viabilité des systèmes de microassurance.

Comme la microassurance est souvent utilisée par une population ciblée vivant à proximité, la mise en commun des risques n'est pas bien diversifiée par situation ou profession. Des techniques de réassurance sociale pourraient être utilisées pour améliorer la viabilité des petites mises en commun des risques. Cependant, tout comme les plus démunis n'ont aucun accès à l'assurance, les prestataires de microassurance peuvent éprouver des difficultés à accéder à la réassurance, et ce, même avec l'obligation de cession de 50%.

Si les options de réassurance basées sur le marché des systèmes de microassurance sont insuffisants, et en l'absence de dispositifs réciproques réalisables, le gouvernement peut encourager et soutenir le développement des mécanismes de réassurance de la manière suivante :

- En réassurant directement des systèmes de microassurance malgré certains risques covariants (le gouvernement peut à la fois constituer un fonds et apporter des contributions financières pour les ressources en gestion commune, à savoir une combinaison de réassurance et de subvention).
- En facilitant les relations entre les microassureurs et les réassureurs de la région (Africa Ré, Arab Ré). Ces deux réassureurs régionaux sont constitués par des États membres dont l'objectif est de réduire la sortie de devises hors continent ainsi que de stimuler le développement des assurances et de la réassurance afin d'accroître les capacités de souscription et de rétention nationales, régionales et sous-régionales et de soutenir le développement économique, notamment africain.

Pour atteindre leurs objectifs, les réassureurs devraient :

- opérer dans la réassurance par le biais de traités et de cessions facultatives ;
- créer et administrer des mises en commun ;
- participer à l'établissement d'institutions d'assurances et de réassurances nationales et régionales ;
- investir leurs fonds dans des pays africains et arabes de manière à promouvoir le développement des continents ;
- fournir une assistance technique aux pays africains et arabes et favoriser les contacts et la coopération commerciale entre les institutions d'assurances et de réassurances.

À titre indicatif, Africa Ré est exonérée de toute taxation. Elle peut également transférer ses fonds comme bon lui semble et est libre d'ouvrir des comptes bancaires convertibles. Ces privilèges peuvent lui permettre de croître sans obstacle réglementaire majeur et favoriser ainsi le développement du marché de la microassurance. Outre les cinq fonctions financières principales décrites ci-dessus, les réassureurs pourront vendre leur expertise concernant les calculs actuariels de même que des informations statistiques de l'assurance sur le marché. Les réassureurs peuvent proposer une expertise de souscription car leur base de clients inclut plusieurs assureurs sur le même marché ou sur des marchés similaires. Cet accès supérieur aux informations donne aux réassureurs un avantage relatif dans la préparation des estimations statistiques des risques et des coûts.

De plus, les réassureurs se spécialisent dans l'expertise requise pour permettre à l'assureur de décider des risques à céder à la réassurance et des risques à conserver. La réserve émise pour cette description générale est qu'actuellement les réassureurs n'offrent pas une grande expertise aux microassureurs.

Les réassureurs jouent également un rôle lorsque la réglementation requiert que les assureurs réassurent certains risques. La réassurance prescrite par la réglementation au lieu des décisions de cession autonomes de l'assureur est essentielle pour que les assureurs répondent aux exigences

réglementaires. C'est pour cette raison qu'elle est souvent appelée «assistance de conformité».

Enfin, les assureurs qui décident de se retirer d'une classe, d'une gamme, d'un territoire ou du segment d'activité peuvent céder l'ensemble du portefeuille à la réassurance, bien qu'en réalité, il est plus probable de voir un assureur concurrent récupérer la part de marché. Cela permet aux assureurs de continuer à servir les clients sans rupture de contrat, en n'assumant plus l'exposition financière liée à ce portefeuille. Cela s'appelle l'assurance de portefeuille.

1.9. L'élargissement du rôle de l'Union des Assurances et Réassurances (UAR)

Il serait souhaitable qu'il existe une certaine coordination concernant les besoins de formation, d'information et de communication des assureurs dans le marché. Par conséquent, il est recommandé d'élargir le rôle de l'Union des Assurances et Réassurances afin d'inclure les responsabilités suivantes :

- Réaliser des études du marché avec les besoins réels des populations ciblées, réparties en franges de modes de vie (urbain et rural), tenant compte des usages traditionnels et des convictions religieuses.
- Être le maître d'œuvre de l'information et de la communication des concepts d'assurance auprès de la population (ex. : la microassurance) et supporter les assureurs dans la préparation d'une information et d'une communication de lancement des produits au fur et à mesure de leur mise sur le marché.
- La mise au point d'une formation des cadres et agents qui seront responsables de la gestion technique des produits de microassurance.

2. Les recommandations pour les conduites de marché et le cadre non réglementaire

2.1. L'amélioration des dispositifs bancaires et non bancaires de microfinance afin de favoriser la politique de l'inclusion financière

L'amélioration des dispositifs bancaires et non bancaires de microfinance favoriserait un accroissement du nombre d'acteurs du microcrédit et par conséquent le taux de bancarisation des agents économiques. Ces dispositions permettraient d'offrir une multiplicité de financements propices à la croissance des investissements et à l'intégration dans les circuits financiers de milliers d'activités reléguées dans le secteur informel.

De plus, l'expérience montre que l'acceptation volontaire de la microassurance est plus élevée lorsqu'elle est activement vendue, particulièrement avec un autre produit ou service comme un crédit, des biens achetés à crédit, des services financiers futurs ou d'autres services financiers comme des

services bancaires. Dans chacun de ces cas, à l'exception de l'assurance obligatoire, l'offre de valeur de l'assurance doit être expliquée au client et une vente active doit être faite afin de parvenir à l'acceptation.

Par exemple, les institutions de microfinance offrent un canal de distribution disponible et rentable s'appuyant sur une communauté. Elles permettent le développement et la vente de produits de microassurance qui répondent aux besoins des clients à faible revenu et à faible coût. Les opérations courantes de l'IMF (microcrédit, micro-épargne, transaction bancaire, transfert d'argent, etc.) qui s'adressent à des clients à faible revenu facilitent l'intermédiation de la microassurance.

Il serait donc souhaitable que l'Algérie améliore son réseau d'institutions de microfinance et le rende accessible à l'ensemble de la population. De plus, il serait nécessaire que les banques s'investissent davantage dans le financement des TPE.

2.2. L'implication individuelle ou en partenariat de la part des compagnies d'assurances afin de stimuler le développement de la microassurance par une série de mesures telles que l'exploration de partenariats avec des réseaux de distribution, conception de produits multirisques, etc.

Afin de pénétrer le nouveau marché de microassurance qui représente un potentiel extraordinaire, les assureurs et microassureurs devront être créatifs, innovants et performants. Ils devront s'impliquer individuellement ou en partenariat dans les domaines suivants :

- Concevoir des produits multirisques couvrant les risques de dommages et de personnes, à proposer en forfait aux assurés, avec des conditions d'accès simples et compréhensibles sans exclusions excessives ;
- Offrir une tarification à la portée moyenne des revenus, une forme adaptée, souple et progressive de recouvrement des primes qui tienne compte du rythme du revenu ;
- Proposer des conditions simples et compréhensibles d'évaluation et d'indemnisation des dommages avec un paiement adapté au rythme des besoins de l'assuré sinistré ;
- Développer des partenariats avec les réseaux de distribution, i.e. les banques, les organismes publics ou privés, les associations, les coopératives ou mutuelles, etc. ;
- Organiser des structures distinctes pour les activités de microassurance et les activités d'assurance classique.

2.3. La production par les sociétés d'assurances d'une offre plus adaptée aux réels besoins des populations cibles de la microassurance en créant une réelle valeur

La demande volontaire d'assurance reste encore très faible en Algérie compte tenu du pouvoir d'achat limité des ménages à revenu modeste et l'absence d'une culture d'assurance qui résulte du réflexe de prévention des risques d'une

grande partie de la population qui s'en remet à la fatalité en raison de facteurs culturels/religieux. Par conséquent, la population ne voit pas en l'assurance une des solutions de lutte contre la pauvreté.

Il est prouvé qu'une réglementation appropriée peut stimuler favorablement la croissance de la microassurance. Cependant, d'autres éléments peuvent également influencer considérablement le succès ou l'échec de la mise en place d'un marché favorable à la microassurance. Un élément essentiel est la création d'une «réelle valeur» pour les pauvres qui s'obtient en respectant vraisemblablement certains critères qualifiés de «conditions de succès» :

- Le produit devrait répondre aux risques réellement encourus par les ménages à faible revenu et les PME. Des études de marché devront donc être réalisées afin d'évaluer les besoins réels de cette clientèle cible.
- Le calendrier de paiement des primes devrait s'efforcer de s'aligner sur les rentrées d'argent des assurés.
- La couverture devrait être facile à comprendre et non trompeuse.
- La procédure de demande d'indemnisation devrait être simple.
- La proportion des primes utilisée pour verser les indemnités devrait s'élever à au moins 60%.
- Les dépenses doivent être maintenues à un niveau aussi bas que possible et ne dépasser que rarement 25 à 30% des primes.
- Le revenu (bénéfice) net du microassureur devrait rester modeste : tout au plus 5 à 10% des primes. Le volume considérable engendré par la microassurance assurera un bénéfice important pour les microassureurs.

Ces critères à succès pourront être réalisés par une formation accrue du personnel des assureurs au concept de la microassurance ainsi que par l'exploration de modèles d'affaires innovants que l'on retrouve dans des études d'autres pays.

Il incombe alors au microassureur de veiller à ce que les produits proposés apportent une réelle valeur ajoutée aux pauvres (telle que définie par le groupe de travail «Indicateurs clés» du Microinsurance Network). Tous les acteurs de la microassurance ont donc chacun un rôle crucial à jouer afin de rassembler les conditions gagnantes au succès de la microassurance.

2.4. L'intensification de la communication institutionnelle en assurance en direction du public par l'ensemble des acteurs du marché (gouvernement, union des assureurs, compagnies, etc.)

C'est à l'assureur et à ses distributeurs qu'incombe le rôle de promouvoir l'assurance auprès des populations autant dans les pays développés que dans les pays en développement et quels que soient leurs revenus. Ce rôle d'informa-

tion et de formation, ils le remplissent en partenariat avec les États et les fédérations d'assureurs.

L'assureur a donc la responsabilité de développer le réflexe, sur une base régulière et en particulier lors de lancement d'un nouveau produit, d'éduquer la population sur les avantages d'une protection d'assurance. Par exemple, la sensibilisation à l'assurance devrait être intégrée dans toutes les activités de distribution. C'est-à-dire, lorsqu'un distributeur offre un produit de microassurance à un client potentiel, un outil simple comportant un message éducatif et facile à communiquer sur les avantages de l'assurance devrait être remis et expliqué au client potentiel. De plus, afin d'augmenter sa crédibilité dans la gestion des sinistres, l'assureur pourrait communiquer à la population les moyens qu'il entend mettre en place afin de procéder à un règlement plus rapide des sinistres.

L'État, dans un souci de promouvoir la lutte contre la vulnérabilité des PME et des ménages relativement aux risques de décès, maladie ou accident, pourrait lancer une campagne de sensibilisation à la microassurance auprès de ces populations cibles au moment où les microassureurs seront prêts à offrir des produits de microassurance à la population.

La communication institutionnelle est un processus permanent et continu qui doit être complété par une communication commerciale et de la publicité sur les produits, de manière à améliorer l'image de marque de l'assurance.

2.5. L'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de communication dans l'exploitation des activités d'assurance

Aujourd'hui, dans plus d'un secteur d'activité, l'utilisation judicieuse des technologies constitue un facteur essentiel et déterminant de succès en mesure d'influer de façon importante sur les niveaux d'efficacité et d'économie d'échelle possibles; la microassurance n'y fait pas exception. En microassurance, la combinaison d'une bonne étude de marché, d'un produit d'assurance abordable et inclusif ainsi que le choix judicieux d'un système technologique approprié constituent trois des ingrédients clés permettant d'assurer le succès d'un projet. En effet, ce dernier élément peut contribuer à minimiser les coûts ainsi que les risques d'omissions/erreurs, d'accélérer le traitement des dossiers et, finalement, de diminuer les possibilités de fraudes.

En microassurance, les besoins en termes technologiques peuvent être regroupés en trois grandes catégories : l'interface utilisateur, la gestion des transactions et finalement le traitement des bases de données/simulations. La plupart du temps, ces besoins distincts donnent lieu à des outils et plateformes technologiques distincts. Ils doivent néanmoins, chacun de leur côté, demeurer flexibles, bien s'arrimer entre eux et permettre une transmission efficace des informations d'un intervenant à l'autre.

Les nouvelles technologies basées sur Internet et la communication sans fil peuvent constituer un bon outil pour la croissance de la microassurance en favorisant une diffusion plus large des produits de qualité à moindre coût par des fournisseurs fiables. La technologie peut contribuer à améliorer le retour sur investissement tout en facilitant la communication entre les différents acteurs. Les cartes à puce, les codes-barres et le téléphone mobile sont des outils performants et disponibles en Algérie.

2.6. L'institutionnalisation de mesures incitatives, notamment au niveau fiscal en direction des produits de microassurance

Selon une étude récente, les petites et moyennes entreprises algériennes subissent une forte pression fiscale. Cette même pression est ressentie au niveau des ménages qui subissent déjà les effets de l'inflation. Selon cette étude, l'imposition totale relative aux profits, travail et autres est évaluée à 72%.

En vue d'asseoir une bonne politique en matière de développement de la microassurance et d'ainsi encourager l'entrée de jeux de plusieurs acteurs, une défiscalisation totale pourrait être envisagée sur tous les produits de microassurance qui seront facilement identifiables dans le cadre de la nouvelle réforme de la réglementation relative à la microassurance.

Aussi, les dépenses relatives à la formation des intervenants (agents, distributeurs et population) pourraient également donner droit à des avantages fiscaux ou être rendues obligatoires (exemple : dans le cadre de la loi sur l'impôt, obliger l'assureur à dépenser au moins 2% des primes collectées dans différentes activités d'éducation et de formation de la clientèle).

Enfin, le budget de l'État pourrait prévoir, en incluant parmi les avantages consentis aux petits entrepreneurs et entrepreneures par le biais des organismes, une aide spécifique pour la microassurance à l'instar des bonifications d'intérêts sur prêts bancaires prises en charge par le budget de l'État.

3. Les recommandations complémentaires de la part du comité de la task force

1. Créer des fonds spécifiques pour certains risques (exemple : risques climatiques).
2. Partage des investissements par assurance/État.
3. Mettre en place un dispositif d'agrément, avec un contrôle régulier des compagnies d'assurances, en vue notamment de favoriser la protection du consommateur.
4. Prévoir la possibilité, pour le client, de recourir à une médiation spécialisée.
5. Renforcer les capacités de formation et de gestion des ressources humaines.

6. Élargir le réseau de distribution, notamment à la poste et aux associations professionnelles.
7. Mettre en place un dispositif de garantie, entre assureurs.
8. Intégrer les secteurs du commerce, du tourisme et de l'artisanat.

4. Les recommandations complémentaires issues du "Dialogue en perspectives - Investing in People"

Dans le cadre de la clôture du Programme GIZ-DEVED, la GIZ a tenue du 18 au 20 juin 2013, à Dar Abdellatif (Alger), le «Dialogue en perspectives – Investing in People», pour restituer les résultats des activités du Programme Développement Économique Durable de 2010 à 2013. De plus, il a été prévu des échanges avec les partenaires impliqués dans la réalisation du programme ainsi que des réflexions sur les perspectives d'avenir concernant le financement des TPE ainsi que sur la microassurance.

Ainsi, la deuxième journée de ce dialogue en perspectives a été consacrée à la problématique du financement responsable et l'introduction de la microassurance pour les jeunes entrepreneurs et les entreprises durables et assurer les revenus des entrepreneurs masculins et féminins durables.

A l'issue des débats, les recommandations suivantes ont été émises par les participants à cette journée :

1. Identifier les différents acteurs pouvant intervenir sur ce nouveau marché ;

2. Consolider la Task force actuelle par l'implication de toutes les parties prenantes et créer ainsi des sous Tasks forces/groupes de travail de manière à approfondir la réflexion pour la mise en place d'une feuille de route ;
3. Adapter la réglementation actuelle (pour les secteurs des assurances et de la protection sociale) en vue de l'implémentation de la micro assurance en Algérie, en matière notamment du capital minimum, la non séparation des branches vie et non-vie, les circuits de distribution ;
4. Faire exonérer les primes d'assurances (micro assurance), de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) ;
5. Identifier les produits à développer pour répondre aux besoins de la population cible, en particulier celle à faible revenu ;
6. Simplifier le processus de microassurance en termes de coût et de procédures pour les besoins de compréhension de la clientèle cible ;
7. Innover en intégrant des techniques modernes (utilisation des TIC) pour commercialiser les produits de la micro assurance ;
8. Sensibiliser, par des actions de communication appropriées, les acteurs du secteur des assurances sur leurs rôles et devoirs envers la société (Responsabilité sociétale).



Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
B.O: 404 - 16030 El Biar - Algiers - Algeria
Phone: + 213 (0) 21 92 10 57 / + 213 (0) 21 92 39 06
Fax: + 213 (0) 21 92 05 54 / + 213 (0) 21 92 09 90
Web: www.giz.de
Email: giz-algerie@giz.de

Dr. Siegmund Müller
Country Director
GIZ Office Algeria

Ms Marita Riedel
Programme Director
Programme for Sustainable Economic Development
GIZ-DEVED