



# Assurance agricole indicielle

ADA a appuyé l'insurtech OKO au Mali dans l'expansion de ses activités et la réalisation d'une enquête auprès de ses clients. Retour sur les conclusions de cette enquête et les résultats du projet.

## Contexte

Malgré l'importance de l'assurance pour faire face à des pertes financières suite à des aléas ou événements dommageables, le taux de pénétration de l'assurance reste bas dans les pays en développement<sup>1</sup>. Des efforts de toutes les parties prenantes de ce secteur sont nécessaires pour offrir des solutions plus accessibles et plus adaptées aux besoins des populations à faible revenu. C'est dans ce contexte qu'en 2020, ADA a décidé d'appuyer le travail de OKO, une insurtech au Mali qui distribue des produits d'assurance agricole indiciels<sup>2</sup> aux petits producteurs de maïs via le téléphone portable.

## Objectifs

L'appui de ADA visait à permettre à OKO d'améliorer ses produits et services afin d'accroître la résilience des petits exploitants agricoles face aux aléas climatiques.

## Activités

Entre 2020 et 2021, l'appui de ADA a consisté en 3 activités :

### 1. Élargissement du réseau de distribution

Le but est d'apporter le service d'assurance de OKO dans davantage de régions du Mali et de couvrir un nombre plus important d'agriculteurs. L'appui de ADA a permis d'élargir le réseau dans deux zones supplémentaires, de recruter de nouveaux agents et de créer de nouveaux partenariats avec des institutions de microfinance (IMF) locales : Baobab et Nyesiguiso. Les services de OKO se composent de 4 éléments :

- une assurance indicielle couvrant les risques de sécheresse et d'inondation. Les seuils de déclenchement d'indemnisation sont déterminés proportionnellement selon l'évolution de la pluviométrie dans chaque zone géographique et en fonction des stades de croissance du maïs ;

## Durée du projet

1<sup>er</sup> mars 2020 - 31 décembre 2021

## Zone géographique

Afrique (Mali)

## Dépenses

Contribution financière de ADA :  
37 968 EUR (projet) + 21 212 EUR (enquête)

## Parties prenantes

Ministère des Affaires étrangères et européennes du Luxembourg (MAEE), ADA, OKO Mali, Université de Göttingen

## Contribution aux ODD



## Contact

info@ada-microfinance.lu

## Chargée de programme

Caroline Morilhat

## Chargées de l'enquête

Thu Hien Dao

Mathilde Bauwin

<sup>1</sup> Selon Selon l'« État des lieux de la micro-assurance 2021 » du Microinsurance Network (MiN), seuls 6% à 14% de la population à faible revenu sont couverts par la micro-assurance dans 30 pays en développement.

<sup>2</sup> L'assurance agricole indicielle repose sur les indices climatiques et satellitaires et non sur la constatation des dégâts pour la décision d'indemnisation. Par conséquent, le processus d'évaluation est moins coûteux et les délais d'indemnisation sont plus courts par rapport à ceux de l'assurance classique.



## Conclusions de l'enquête et résultats du projet

### 1. Un grand nombre de petits producteurs agricoles maliens sont assurés pour la première fois.

ADA a soutenu l'offre de service de OKO dans deux régions supplémentaires. Au total, OKO opère dans 4 régions rurales au sud du Mali : Koulikoro, Ségou, Kayes, et Sikasso. En 2020, plus de 1 800 petits producteurs de maïs dans ces 4 grandes régions ont souscrit à l'assurance de OKO. D'après les résultats de l'enquête, le produit d'assurance proposé est pertinent car : (i) la production du maïs constitue une majeure partie des revenus des agriculteurs dans les zones concernées ; (ii) pour 98% des clients, l'assurance de OKO est la première assurance agricole qu'ils ont contractée ; (iii) les deux risques couverts par l'assurance de OKO sont perçus comme les plus importants pour la production de maïs par les clients.

« Pour la première fois, nous, les cultivateurs, sommes assurés. »

### 2. Les agriculteurs assurés par OKO ont pu obtenir des crédits avec des conditions moins difficiles et avec moins d'exigences de garantie.

Au moment de l'enquête, environ 150 assurés ont fait une demande de crédit auprès des IMF pour financer leurs activités en agriculture. 70% de ceux ayant déjà de l'expérience avec les crédits estiment que celui obtenu avec l'assurance de OKO est plus favorable. 75% de ces clients ont cité le fait qu'il y avait moins de garanties demandées. 15% ont jugé que les conditions d'accès aux crédits étaient moins difficiles. 100% des clients qui ont obtenu un crédit reconnaissent le rôle de OKO. Selon eux, l'assurance de OKO les a aidés à obtenir leur crédit. L'assurance agricole indicielle ne joue donc pas seulement un rôle protecteur en cas de sinistres, mais peut aussi contribuer à renforcer la capacité productive des petits exploitants agricoles en facilitant leur accès au micro-crédit et leur inclusion financière.

« C'est grâce à OKO que j'ai eu mon crédit. »

- un produit d'assurance dénommé "OKO assurance", qui garantit le remboursement partiel ou total du capital restant dû par l'agriculteur assuré aux IMF en cas de sécheresse ou d'inondation. Si le producteur reçoit un crédit auprès d'une des IMF et qu'il reçoit aussi une indemnisation de OKO en fin de saison, le montant de l'indemnisation est directement versé sur le compte de l'IMF en question ;

- des conseils agronomiques ;
- des alertes météorologiques.

### 2. Création d'un serveur local

Ce serveur était destiné à mieux traiter les demandes et conseiller les clients par téléphone.

### 3. Réalisation d'une enquête auprès d'un échantillon représentatif de clients<sup>3</sup>

Cette enquête réalisée en collaboration avec l'Université de Göttingen fin 2021 visait à :

- connaître la satisfaction des clients par rapport au service et au produit d'assurance de OKO ;
- détecter les obstacles tout au long du parcours client<sup>4</sup> ;
- comprendre pourquoi les clients ont payé ou non pour l'assurance en 2020 et pourquoi ils ont renouvelé ou non leur police en 2021 ;
- aider OKO à mieux concevoir son produit d'assurance<sup>5</sup> ;
- comprendre les impacts de l'assurance de OKO sur ses clients ;
- vérifier si des clients ont pu accéder à des prêts avantageux du fait qu'ils étaient déjà assurés par OKO.

<sup>3</sup> Échantillonnage stratifié à partir de la liste des clients de OKO ayant 5 statuts différents : (i) non-assuré ; (ii) assuré indemnisé ayant renouvelé ; (iii) assuré indemnisé n'ayant pas renouvelé ; (iv) assuré non-indemnisé ayant renouvelé ; (v) assuré non-indemnisé n'ayant pas renouvelé. L'échantillon final est composé de 847 clients.

<sup>4</sup> Prise de conscience sur l'assurance en général, information sur l'existence du produit, compréhension du produit, accès au produit, paiement, réception d'indemnisation, réclamation, renouvellement de police et relation avec OKO tout au long de ce parcours.

<sup>5</sup> En collectant l'avis des clients sur le montant de la prime, la date et le mode de paiement, les conditions d'indemnisation, la période d'attente du versement de l'indemnité et le mode de réception de l'indemnité.

### 3. Les assurés de OKO ont plus de connaissances et de confiance pour adopter de meilleures pratiques de production.

Les conseils agronomiques de OKO ont aidé les assurés à améliorer leurs pratiques de production, par exemple en planifiant les activités pour mieux coïncider avec le cycle de pluie. Ils ont plus de confiance dans leur activité agricole, car ils savent qu'ils sont protégés en cas de perte. L'assurance de OKO leur a donc aussi donné plus de courage pour adopter les pratiques à haut risque et à haut rendement : 25% des assurés ont élargi la surface pour cultiver le maïs de 1,7 hectares en moyenne ; 10% ont alloué/acheté plus d'engrais pour la production du maïs ; 8% ont utilisé de nouvelles variétés améliorées de semence de maïs comme Sotubaka et Dembanyma. 75% de ceux qui ont fait un changement dans leur activité disent qu'ils ne l'auraient pas fait sans l'assurance de OKO.

« Je travaille mieux et l'esprit tranquille parce que je sais que je suis protégé. »

« Si j'avais fait les changements, en cas de perte cela aurait été trop considérable pour moi, mais maintenant l'assurance m'aide. »

### 4. Les clients ont une meilleure opinion de l'assurance

Pour 70% des assurés, l'opinion sur l'assurance a été améliorée grâce à une meilleure compréhension du fonctionnement et de son utilité, ce qui renforce la confiance en ce service. Après l'expérience avec OKO, la moitié des assurés sont prêts à prendre d'autres produits d'assurance, comme l'assurance maladie/santé par exemple.

### 5. L'enquête a permis à OKO de mieux comprendre les besoins de ses clients, de déceler des problèmes avec ses services et de prendre des mesures concrètes pour les améliorer

OKO a recontacté les clients qui étaient insatisfaits avec ses services afin de leur proposer de meilleures solutions. Les informations très détaillées sur les caractéristiques socio-économiques des clients ont été collectées par l'enquête. Elles ont permis à OKO de mieux comprendre les besoins spécifiques de ses clients, qui font partie d'une population pauvre avec un niveau d'éducation faible, et donc d'ajuster sa stratégie de communication et de diffusion des services. OKO va automatiser encore plus son processus de vérification pour raccourcir le délai de déboursement d'indemnité. L'entreprise collectera aussi des données sur les récoltes afin d'améliorer son modèle de prédiction pour réduire le risque de base de l'assurance, là où quelques clients ont subi une perte de récolte, mais n'ont pas été indemnisés.



### Leçons apprises pour le secteur de l'assurance inclusive

- ✓ **Les clients du secteur de la micro-assurance font partie d'une population à faible revenu qui nécessitent qu'on communique avec eux sous forme orale et dans leur langue locale.**

À travers l'enquête, 76% des clients de OKO ont exprimé qu'ils préféreraient que les informations sur l'assurance soient expliquées oralement. Le pourcentage des clients qui comprennent la langue locale Bambara sous forme écrite ou orale est supérieur à celui de ceux qui comprennent le français. Cette information a poussé OKO à envoyer les messages en Bambara à ses clients plutôt qu'en français comme auparavant.

- ✓ **Le renouvellement de la police, la confiance dans l'assurance, la satisfaction et la recommandation des clients sont majoritairement conditionnées par le fait d'être indemnisé.**

La raison la plus importante pour laquelle les clients ont décidé de ne pas renouveler l'assurance de OKO en 2021 est l'absence d'indemnisation en 2020. 85% des indemnisés ont décidé de renouveler leur police, alors que ce pourcentage n'est que de 33% chez les non-indemnisés. 81% ayant reçu une indemnisation ont désormais une meilleure opinion de l'assurance, contre 55% chez ceux qui ne l'ont pas touchée. 85% des indemnisés sont satisfaits avec les services de OKO et seulement 47% des non-indemnisés ont ce sentiment.

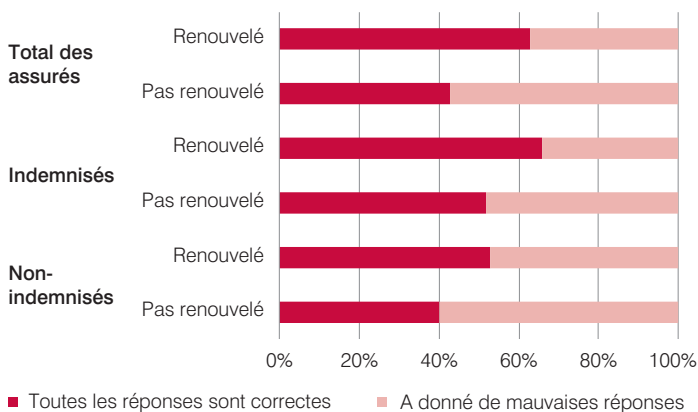
« J'ai reçu une indemnisation, donc je fais plus confiance à OKO. »

<sup>6</sup> Terme utilisé par la Compagnie Nationale d'Assurance Agricole du Sénégal, Programme Alimentaire Mondial, Sofrecom (2021). Assurance agricole et paiement digital : défis de la dématérialisation des paiements en zones rurales au Sénégal.

✓ **Une bonne compréhension du fonctionnement de l'assurance renforce l'adhésion des clients, même non indemnisés.**

L'enquête a testé la connaissance des clients sur les conditions et le mode d'indemnisation de l'assurance de OKO. 61% d'entre eux ont bien répondu à toutes les questions et avaient donc une bonne connaissance sur le fonctionnement du produit d'assurance indicielle. Ils ont manifesté un niveau de satisfaction plus élevé, avaient davantage tendance à recommander le service de OKO à leur entourage et à renouveler leur police, y compris ceux qui n'avaient pas été indemnisés. Les clients qui connaissent bien le fonctionnement du produit d'assurance et la raison pour laquelle ils n'ont pas été indemnisés sont plus satisfaits avec le service de OKO et ont renouvelé leur contrat avec OKO. Ce résultat montre l'importance de bien expliquer le fonctionnement du produit d'assurance et de l'éducation financière en général pour une meilleure adoption de l'assurance chez les clients.

**La bonne connaissance des clients sur le fonctionnement favorise le renouvellement de l'assurance**



✓ **Le canal de distribution digital doit être accompagné par des contacts physiques avec les clients (approche "phygitale")<sup>6</sup>.**

La stratégie de OKO est basée sur le canal de distribution digital pour réduire les coûts et rendre son produit d'assurance plus accessible. Cependant, à travers l'enquête, les clients ont exprimé le besoin d'être en communication plus régulière avec les agents de OKO pour renforcer leur confiance. OKO compte être plus en contact direct avec les clients grâce à des visites terrain régulières et un réseau d'agents plus stable.

« Je ne peux pas continuer à donner mon argent à des gens que je ne vois pas. »

« Il est important de rester en contact permanent avec le client, l'informer ou le rappeler régulièrement. »

✓ **Il est important de renforcer le partenariat entre les acteurs du secteur de l'assurance et les IMF.**

Après avoir transmis les demandes de crédit de ses clients aux IMF, OKO a fait un suivi pour s'assurer qu'elles les contactaient bien. Même si le bénéfice de la micro-assurance est largement reconnu, il existe toujours un besoin de sensibilisation des IMF sur ce sujet. Cela confirme l'importance d'améliorer les partenariats entre les compagnies de micro-assurance et les IMF pour une meilleure sensibilisation des agents sur le lien entre les deux types de service et pour, au final, mieux servir leurs clients.

## Perspectives

L'enquête réalisée auprès des clients de l'insurtech OKO au Mali a permis en premier lieu à OKO de mieux comprendre comment ses services étaient perçus par ses clients et de prendre des mesures pour les améliorer afin de mieux répondre à leurs besoins.

Plus généralement, les leçons apprises de cette expérience, notamment sur la manière dont les petits producteurs comprennent et perçoivent l'assurance, devraient être utiles aux autres acteurs du secteur de l'assurance inclusive qui souhaitent soutenir ou s'engager dans le développement de ce type de produits.

À titre d'exemple, ADA va tenir compte de cette expérience pour mener à bien ses nouveaux projets visant à développer des produits d'assurance inclusive. Début 2022, ADA a en particulier lancé un projet de développement d'une solution d'assurance indicielle pour protéger le bétail des éleveurs du nord du Sénégal en cas de sécheresse. Ce projet sera mené avec l'insurtech IBISA Network, la Compagnie Nationale d'Assurance Agricole du Sénégal (CNAAS) et le



réseau des organisations d'éleveurs et pasteurs d'Afrique (Réseau Billital Marobé ou RBM), et s'appuiera sur les leçons apprises de l'expérience avec OKO.

ADA coordonne également le Smallholder Safety Net Upscaling Programme (SSNUP), dans le cadre duquel d'autres produits d'assurance adaptés aux besoins des petits producteurs sont développés. Les leçons apprises de ces nouvelles expériences feront l'objet d'un nouveau partage avec le secteur.