

MESURER LA PERFORMANCE EN MICRO-ASSURANCE

En octobre 2010, le premier atelier consacré aux indicateurs de performance sociale en micro-assurance a réuni 15 praticiens de la micro-assurance, à l'invitation de ADA, de la BRS et du Microinsurance Network.

L'atelier s'est conclu avec l'adoption de **8 principes** et **11 indicateurs de performance sociale** concrets, pratiques et étroitement liés aux indicateurs de performance financière de la micro-assurance. Ces indicateurs permettront aux micro-assureurs de développer une vision équilibrée de leur performance, en reconnaissant que les buts sociaux inhérents à la micro-assurance sont tout aussi importants que la nécessaire bonne santé financière.

ADA, BRS et le Microinsurance Network, se sont engagés dans la première initiative de développement d'Indicateurs de Performance Clés pour la micro-assurance. Ces indicateurs n'en sont qu'à leur première version et vont évoluer grâce aux tests de terrain et au feedback des organisations concernées. Utilisés en parallèle avec les ratios financiers existants, ils permettront de dégager une vision équilibrée de la performance des institutions de micro-assurance.

Pour en savoir plus et avoir accès à des ressources supplémentaires, veuillez visiter www.microfact.org

© 2011, ADA/BRS/Microinsurance Network

INDICATEURS DE PERFORMANCE SOCIALE EN MICRO-ASSURANCE

Note de Synthèse

PRINCIPES CLES DE LA PERFORMANCE SOCIALE EN MICRO-ASSURANCE

Avant de calculer les indicateurs de performance en micro-assurance, il est important de se mettre d'accord sur un ensemble de principes. Ces principes représentent des pratiques fondamentales dont dépendent la performance sociale. Les principes marqués d'un * sont également des principes de la performance financière en micro-assurance.

1. Approche axée sur le client*

Les organisations doivent être très attentives aux véritables besoins de leur clients et les décisions de la direction doivent toujours être prises en tenant compte de l'impact qu'elles auront sur ces clients.

2. Inclusion

La micro-assurance doit essayer de toucher les individus exposés aux risques les plus sérieux et qui n'ont pas accès à l'assurance classique. Ce principe se rapporte également aux critères d'exclusion, la tarification et la structure de paiement.

3. Evaluer, dans la phase de développement des produits, les risques auxquels sont confrontés les clients

Les micro-assureurs doivent évaluer les risques auxquels sont confrontés les clients et leurs communautés. Ce travail doit faire partie de la phase de développement des produits. Respecter ce principe améliorera la satisfaction des clients.

4. Evaluer régulièrement la satisfaction des clients

Ce principe est lié à la nécessité de consulter les clients sur les avantages liés à l'achat d'un produit de micro-assurance. Il invite les micro-assureurs à établir des mécanismes de consultation efficaces.

5. Protéger les données des clients

Ce principe souligne l'importance de la confidentialité et la nécessité de créer une relation de confiance avec les clients.

6. Transparence*

Ce principe insiste sur la nécessité de partager données et informations de manière transparente et dans un langage compréhensible pour les clients et autres parties prenantes.

7. Normes et politiques sont auditées et alignées sur la mission et la vision de l'organisation

Ce principe invite à intégrer des objectifs sociaux dans l'énoncé de mission du micro-assureur et à les traduire en procédures et politiques. Respecter ce principe donne lieu à un comportement éthique du personnel et à un service à la clientèle de qualité élevée.

8. Politique environnementale en place

L'organisation doit avoir une politique environnementale. Ce principe souligne la nécessité pour les micro-assureurs d'agir pour limiter les impacts négatifs sur l'environnement.

LES INDICATEURS DE PERFORMANCE CLES

Lors de l'atelier, onze indicateurs de performance sociale ont été définis. Cinq d'entre eux sont déjà utilisés comme indicateurs de performance financière (marqués d'un astérisque). Pour ceux-ci, l'interprétation qui en sera faite dans le cadre de l'analyse de la performance sociale différera de celle faite dans le cadre de l'analyse de la performance financière.

Cet ensemble d'indicateurs n'est pas exhaustif mais représente la base de l'analyse de la performance sociale des régimes de micro-assurance. Ils ne sont pas présentés par ordre hiérarchique et doivent tous être calculés au à l'échelle du produit, sauf le ratio de rétention du personnel. Il faut également être conscient du fait que beaucoup d'indicateurs sont interdépendants et liés entre eux.

Ratio des sinistres encourus*

Définition

Ce ratio mesure la proportion du revenu issu des primes qui est reversée sous forme d'indemnités. Il démontre la valeur du produit d'assurance pour le client, compte tenu des primes que celui-ci paie. Il est défini comme le total des sinistres encourus pendant une période donnée, divisé par les primes acquises au cours de la même période.

Mode de calcul

Ratio des sinistres encourus = Sinistres survenus / Primes acquises

Note

- Sinistres encourus = Sinistres indemnisés + variation de la provision pour sinistres survenus mais non déclarés + variation de la provision pour sinistres en cours de règlement + variation de la provision pour charges à payer;
- Primes acquises = Revenu des primes (pas primes en liquide) – variation de la provision pour primes non acquises;
- Variation de la provision = niveau de la provision à la fin de la période comptable en cours - niveau de la provision à la fin de la période comptable précédente.

Ratio de rejet de sinistres*

Définition

Ce ratio mesure le nombre de sinistres rejetés dans un échantillon donné. Il indique si les sinistres sont indemnisés et peut indiquer si le produit est bien compris par les clients. Ceci est également lié à la manière dont le micro-assureur a présenté et expliqué le produit. Il ne faut pas oublier que les sinistres rejetés peuvent générer des opinions négatives envers le micro-assureur.

Mode de calcul

Ratio de rejet de sinistres = Nombre de sinistres rejetés / Nombre de sinistres associés à un produit donné

Ratio de fidélisation*

Définition

Ce ratio mesure le nombre d'assurés qui renouvellent leur police. Il indique si les clients considèrent que le produit a une valeur pour eux et qu'il les protège de manière adéquate contre les risques auxquels ils font face. Le monitoring de ce ratio doit se faire sur plusieurs périodes. Un niveau bas de reconduction peut être un signe d'insatisfaction ou signaler une tarification inadaptée, entre autres.

Mode de calcul

Ratio de reconduction = Nombre de reconductions / Nombre de reconductions possibles

Note

- Nombre de reconductions: nombre réel de polices reconduites/Nombre de reconductions possibles : nombre de polices pouvant être reconduites, exception faite des polices ne pouvant l'être faute d'éligibilité des assurés, à cause de leur âge avancé, de leur décès, ou de toute autre raison ayant entraîné leur inadmissibilité au cours de la période en question.

Rapidité de règlement des sinistres*

Définition

Ce ratio mesure le temps écoulé entre le moment de l'incident et celui où le client reçoit effectivement l'indemnisation. Il indique si les sinistres sont réglés dans un laps de temps adapté aux besoins des clients. Il peut également aider à comprendre dans quelle mesure la manière dont le produit est conçu aide ou non les clients à utiliser le service d'assurance.

Mode de calcul

Il faut calculer le pourcentage des sinistres traités par intervalle.

Intervalle	Nombre de sinistres	% du total des sinistres
0 à 7 jours	___	___%
8 à 30 jours	___	___%
31 à 90 jours	___	___%
Plus de 90 jours	___	___%
	Total ___	100%

Ratio d'investissement social

Définition

Ce ratio mesure le montant des ressources que le micro-assureur consacre à l'information, l'éducation, la communication et la prévention. Il a pour but de montrer si le micro-assureur prévoit dans son budget des sommes destinées à des activités qui bénéficient à la communauté locale.

Mode de calcul

Ratio d'investissement social = Dépenses d'investissement social / Dépenses encourues

Note

- Dépenses d'investissement social = dépenses destinées à des activités d'information, d'éducation, de communication et de prévention;
- Les dépenses encourues (opérationnelles) sont la somme des dépenses réelles réalisées sur la période, y compris les commissions et autres rubriques parfois oubliées comme l'amortissement du matériel, la dépréciation et les coûts liés au développement des logiciels.

Ratio de couverture*

Définition

Ce ratio représente la proportion de la population cible participant au programme de micro-assurance. Il indique si le produit d'assurance atteint des ratios de pénétration et de participation élevés dans la population que cible le micro-assureur. Ce ratio peut également révéler la capacité de l'assureur à atteindre des segments spécifiques du marché qu'il cible pour des raisons sociales (par exemple, les très pauvres).

Mode de calcul

Ratio de couverture = Nombre de clients assurés actifs / Population cible

Note

- Nombre de clients assurés actifs plutôt que nombre de polices souscrites;
- La population cible doit être définie dans le plan d'affaires du micro-assureur;

Ratio capacité à atteindre les plus pauvres

Définition

Ce ratio indique la proportion de clients vivant sous le seuil de la pauvreté par rapport au nombre total de clients. Il indique dans quelle mesure le micro-assureur est capable d'atteindre les segments les plus pauvres de la population. Le niveau de pauvreté des clients est obtenu par le biais d'enquêtes réalisées lors de leur inscription ou d'études de la pauvreté. La définition de la pauvreté variera selon le contexte mais doit être exprimée de manière explicite.

Mode de calcul

Capacité à atteindre les plus pauvres = Nombre de clients sous le seuil défini de pauvreté / Nombre total de clients

Note

- Le seuil de pauvreté varie d'un pays à l'autre. Pour connaître le seuil d'un pays donné, consultez des sources gouvernementales ou les sites web www.progressoutofpoverty.org ou bien www.povertytools.org

Ratio capacité à atteindre les clients ruraux

Définition

Ce ratio indique la proportion des clients ruraux par rapport au nombre total de clients. Il montre dans quelle mesure le micro-assureur atteint des ratios élevés de participation de clients ruraux.

Mode de calcul

Capacité à atteindre les ruraux = Nombre de clients vivant dans des zones rurales / Nombre total de clients

Note

- Les zones rurales sont des lieux habités mais situés en dehors des villes et urbanisations, comme les villages et les hameaux. Les zones semi-urbaines ne sont pas des zones rurales. Lorsque cela est possible, il est recommandé d'utiliser la définition gouvernementale, de manière à être cohérent.

Ratio des plaintes

Ce ratio mesure le nombre de plaintes enregistrées par rapport au nombre de polices. Il a pour but, entre autres, d'indiquer si les clients sont traités de manière juste et s'il existe des mécanismes de recours à leur disposition.

Mode de calcul

Ratio des plaintes = Nombre de plaintes enregistrées / Nombre total de polices

Note

- Cet indicateur suppose que le micro-assureur dispose d'un mécanisme de suivi des plaintes;
- Pour le calcul de cet indicateur, les plaintes doivent avoir été enregistrées et peuvent être orales ou écrites.

Ratio de transparence des ventes

Définition

Ce ratio mesure le nombre de clients ayant reçu des informations sur le produit d'assurance avant ou au moment de son achat. Il fait référence à la protection du client et indique si les produits sont vendus et fournis de manière transparente.

Mode de calcul

Ratio de transparence des ventes = Nombre de détenteurs de police ayant reçu des informations avant ou au moment de l'achat / Nombre de nouvelles polices

Note

- Les clients qui ont été informés de manière transparente du prix, des termes, conditions et exclusions associés à la police doivent signer un document par lequel ils attestent avoir été en possession de ces informations avant l'achat de la police;
- L'information doit être fournie de manière à être compréhensible pour le client.

Ratio de rétention du personnel

Définition

Ce ratio indique le pourcentage du personnel à être resté dans l'organisation pendant le dernier exercice comptable. Il reflète la satisfaction du personnel et mesure le nombre de membres du personnel qui restent au sein de l'organisation. La satisfaction du personnel affecte la manière dont il interagit avec la clientèle et influence donc la protection des clients et la qualité du service fourni.

Mode de calcul

Ratio de rétention du personnel = Nombre d'employés restés dans l'organisation / Nombre moyen d'employés

Note

- Le nombre d'employés restés dans l'organisation est le nombre moyen d'employés sur la période moins le nombre de départs sur la période.