

VERS UN IMPACT RENFORCÉ DES IMF GRÂCE À L'AMÉLIORATION DES MODÈLES, DES PRODUITS ET DES PROCESSUS DE MICRO-ASSURANCE

Craig Churchill, Aparna Dalal et Josh Ling
Janvier 2013

Les institutions de microfinance (IMF) peuvent être des distributeurs de micro-assurance efficaces. Sur 450 IMF passées en revue par une enquête, 70 % fournissent de l'assurance, et sur ces 70 %, la moitié ou presque propose une forme de couverture volontaire. Les conclusions de l'enquête montrent que les IMF ne se contentent plus de proposer uniquement de l'assurance crédit. Cependant, l'évolution vers des produits et des modèles économiques plus complexes n'est pas sans présenter quelques difficultés.

Cette note formule **dix recommandations clés** pour aider les IMF à améliorer leur offre de micro-assurance¹ :

1. COMPRENDRE LES BESOINS ET LES PRÉFÉRENCES DU MARCHÉ

La conception des produits doit être guidée avant tout par les besoins et les préférences du marché cible. Cette affirmation a beau faire l'unanimité, les IMF et les assureurs continuent à concevoir des produits qui leur conviennent à eux au lieu de développer des assurances adaptées au marché. Le rôle d'une IMF devrait être de représenter les intérêts des clients et dans le même temps les siens.

Afin d'évaluer les risques rencontrés par les clients (et par elle-même), une institution financière peut commencer par examiner les principales causes des situations d'impayés. Le système d'information de la plupart des IMF contient déjà une quantité considérable d'informations exploitables pour développer et étendre une offre d'assurance. Les institutions qui se sont livrées à cet exercice se sont généralement aperçues que les remboursements en retard et les pertes sur crédits étaient souvent

dus à des risques assurables. Ainsi, lorsque l'institution financière indienne rurale Kshetriya Gramin Financial Services a analysé pourquoi les emprunteurs femmes accusaient des retards de remboursement, elle s'est rendu compte qu'elle devait étendre son assurance crédit pour inclure leurs époux. Les femmes étaient en effet dans l'incapacité de rembourser leur prêt en cas de décès de leur mari, non seulement parce qu'elles perdaient une importante source de revenus, mais aussi parce qu'elles n'avaient pas le droit de travailler pour des raisons culturelles.

2. DONNER LA PRIORITÉ À L'ÉPARGNE

La capacité d'une IMF à aider les pauvres dans la gestion des risques peut se trouver nettement améliorée si l'institution propose des services d'épargne à côté du crédit et de l'assurance.



© OIT LORD R.

¹ Cette note est extraite du Microinsurance Paper n°18 dans lequel on trouvera des détails sur les recommandations ainsi que des exemples d'IMF les ayant suivies avec succès. Il est disponible sur <http://www.ilo.org/microinsurance>. Craig Churchill et Aparna Dalal travaillent au Fonds pour l'innovation en micro-assurance du BIT. Josh Ling est boursier au Fonds.

L'assurance couplée à l'épargne fournit une couverture plus pérenne que celle liée au crédit et s'adresse à un groupe cible potentiellement plus étendu. Elle est donc susceptible d'avoir plus d'impact (voir Encadré 1). Les comptes d'épargne peuvent en outre représenter un

moyen peu coûteux de collecter les primes et sont une composante efficace de la gestion des risques. Enfin, l'offre de produits d'épargne peut fournir une base solide à la vente d'assurance, les deux produits reposant sur la confiance des clients en l'institution financière.

Encadré 1 L'ajout de l'assurance accroît les dépôts

En 2011, MicroEnsure a lancé un produit d'assurance couplé à l'épargne avec une banque ghanéenne qui enregistrait des soldes de comptes peu élevés et un nombre limité de transactions. La banque comptait certes plus de 100 000 déposants, mais plus de 85 % d'entre eux avaient un solde inférieur à 60 US\$ sur leur compte et chacun coûtait à la banque environ 0,24 US\$ par mois en frais administratifs. L'établissement souhaitait donc les inciter à épargner davantage.

MicroEnsure et son partenaire StarLife Assurance ont alors lancé un produit d'assurance lié au compte d'épargne. Les déposants dont le solde mensuel s'élevait au minimum à 60 US\$ avaient accès gratuitement à une assurance vie offrant des prestations pouvant atteindre 180 US\$. Ceux dont le solde se montait à 120 US\$ avaient accès à une assurance vie couvrant également le conjoint et les enfants.

Dans les cinq mois qui ont suivi, les dépôts bancaires ont augmenté de 19 %. Ceux des clients dont le solde se situait en dessous des 60 US\$ ont augmenté de 207 % dans la même période, car les clients ont épargné davantage pour avoir accès à l'assurance gratuite. Cette hausse ainsi que les témoignages de déposants montrent que de nombreux clients ont épargné plus grâce à la couverture d'assurance.

3. DONNER DE LA VALEUR AUX COUVERTURES OBLIGATOIRES

Une assurance couvrant tous les emprunteurs ou tous les déposants d'une IMF est beaucoup plus abordable qu'une assurance volontaire vendue à titre individuel. Elle est également plus facile à administrer pour les IMF, ce qui leur laisse le temps de développer des compétences en gestion administrative et de collecter des données.

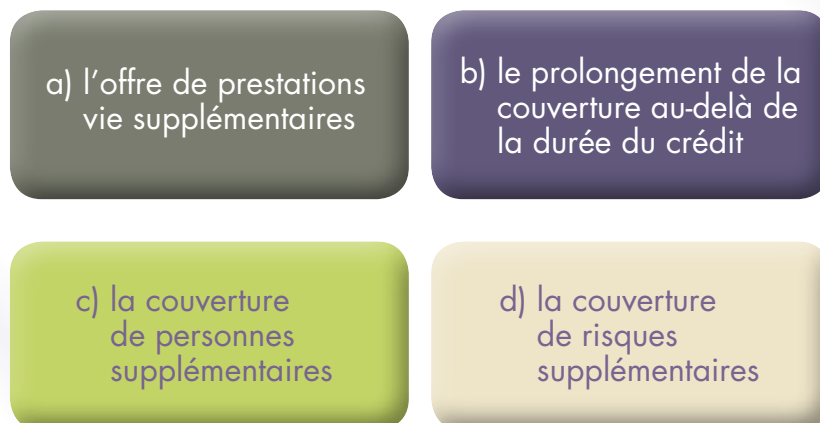
Mais l'IMF doit s'assurer que ses clients sont bien renseignés sur la couverture en question et en apprécient les prestations. Certaines IMF ont enregistré une hausse de la fidélisation des emprunteurs lorsqu'elles ont introduit une couverture obligatoire appréciée de ces derniers et certaines ont même attiré de nouveaux clients grâce à elle.

On peut augmenter la valeur pour les clients de l'assurance crédit de la façon suivante :

- en offrant des prestations supplémentaires en plus de l'annulation de la dette ;
- en prolongeant la couverture au-delà de la durée du crédit ;
- en assurant des personnes supplémentaires ;
- en assurant des risques supplémentaires.

Ce type d'offre améliorée accroît la probabilité que les travailleurs pauvres prennent conscience des prestations offertes par l'assurance et contribue à la mise en place d'une culture de l'assurance. Nombreux sont ceux qui estiment que les produits d'assurance crédit ne devraient plus être proposés tels quels d'entrée, mais être agrémentés de prestations vie supplémentaires.

L'assurance crédit plus : quatre moyens d'augmenter la valeur de l'assurance crédit



4. DÉVELOPPER DE FAÇON ACTIVE LA GAMME DE PRODUITS

Les IMF doivent développer les produits d'assurance qui correspondent à leur stratégie institutionnelle et à leurs activités principales. Le développement actif des produits peut commencer par s'orienter autour des produits obligatoires, puis évoluer vers les produits obligatoires-plus et les produits volontaires à mesure que les IMF renforcent leurs capacités internes. La couverture obligatoire constitue le point de départ logique. Le problème des produits obligatoires, cependant, est qu'il peut arriver qu'il n'y ait pas de réel effet de démonstration, à moins que cela n'ait été explicitement posé en objectif par l'institution.

Les IMF ont la possibilité de faire évoluer leurs offres vers des produits « obligatoires-plus ». En pareil cas, la couverture de base est obligatoire, mais le détenteur de la police peut acheter des prestations ou des clauses supplémentaires volontaires. Une assurance couplée au crédit peut ainsi proposer le paiement de frais d'hospitalisation ou couvrir le conjoint et les membres de la famille pour un coût supplémentaire (voir Encadré 2). L'ajout de cette

composante volontaire donne davantage de choix aux clients et incite le personnel de terrain à prendre une part plus active dans l'éducation à l'assurance et dans la vente des produits. L'expérience acquise dans la vente d'options volontaires peut ouvrir la voie à l'offre de produits entièrement volontaires aux clients actuels et potentiels.

Avant d'étendre les ventes de produits, il est essentiel de les tester afin de valider leur conception et de rationaliser les processus opérationnels. MFV s'est servie de son pilote pour valider et améliorer la conception, les processus administratifs et les supports promotionnels de Caregiver. Avant de démarrer, l'IMF a conçu un protocole afin de définir comment le pilote allait être conduit, comment les processus allaient être suivis et quels indicateurs de performance devaient être mesurés. Ce protocole a notamment défini certaines caractéristiques clés du pilote comme sa durée, sa portée, les activités prévues, le rôle et la responsabilité de l'équipe du pilote, les exigences en matière de reporting, les indicateurs de performance clés (IPC) et les cibles à atteindre, ainsi que les conditions du succès ou de l'échec, c'est-à-dire les conditions ou les résultats devant déclencher l'arrêt provisoire ou définitif du pilote.

Encadré 2 Caregiver, le produit de paiement de frais d'hospitalisation de Microfund for Women

En 2010, l'IMF jordanienne Microfund for Women (MFW) a lancé Caregiver, un produit de paiement de frais d'hospitalisation, en association avec Women's World Banking et Zurich Financial Services. Au départ, Caregiver était testé en tant qu'assurance obligatoire fournissant aux emprunteurs un versement en espèces après une nuit d'hospitalisation afin de compenser les coûts qui surviennent en pareilles circonstances et qui sont liés entre autres au trajet jusqu'à l'hôpital, à la perte de salaire et à la garde des enfants. S'appuyant sur l'avis des clients lors de la phase de conception du produit, MFW a ajouté à Caregiver des prestations en cas d'hospitalisation pour accouchement, ce qui était une des principales priorités de sa clientèle, essentiellement féminine.

Au terme du lancement réussi de la couverture obligatoire, MFW a lancé un pilote afin d'offrir une couverture volontaire aux membres de la famille dans une de ses agences, en mai 2012. En offrant la possibilité d'étendre la couverture à la famille, MFW reconnaît le rôle de soutien des femmes au sein du ménage. En effet, lorsqu'un membre de la famille est hospitalisé, elles doivent souvent s'absenter de leur travail pour s'en occuper. Le produit est actuellement testé et 450 polices ont été distribuées le premier mois.

5. AMÉLIORER LE TRAITEMENT DES DEMANDES D'INDEMNISATION

Le traitement des demandes d'indemnisation est sans doute l'aspect le plus important des opérations de micro-assurance, car c'est celui qui offre la meilleure chance d'apporter la preuve de la valeur de l'assurance. Celle-ci repose sur la confiance entre les clients et les assureurs : si les demandes d'indemnisation ne sont pas correctement traitées, les clients perdent confiance dans l'assurance. Que l'IMF soit le porteur de risque ou assure l'interface entre le client et l'assureur, il est important qu'elle œuvre en faveur d'un processus permettant de traiter les demandes avec efficacité et prudence

et de façon à maximiser la valeur pour le client. Les IMF jouent généralement un rôle actif dans le traitement des demandes d'indemnisation, car c'est à ce stade que la valeur des produits est le plus visible pour les clients. Elles s'impliquent le plus souvent en aidant ces derniers à remplir les formulaires et à réunir les documents nécessaires. Leur réputation étant en jeu, certaines IMF sont allées plus loin en demandant aux assureurs de leur déléguer la responsabilité de vérifier les demandes d'indemnisation, de les approuver ou d'effectuer des versements. Les solutions innovantes présentées dans l'Encadré 3 montrent comment les IMF peuvent améliorer le traitement des demandes d'indemnisation dans l'intérêt du client.



Encadré 3 innovations destinées à améliorer le traitement des demandes d'indemnisation

L'avance d'indemnisation au client : les IMF peuvent verser une avance d'indemnisation aux clients parallèlement au traitement de leur demande. Cela permet à ces derniers de répondre aux besoins immédiats et leur évite d'avoir à emprunter. Prodem FFP, en Bolivie, avance ainsi un quart de la prestation d'assurance vie (365 US\$) dans les 24 heures suivant le dépôt d'une demande afin de couvrir les frais funéraires. L'assureur verse le solde dû (1 100 US\$) dans un délai de 15 jours après réception du certificat de décès.

La délégation de l'approbation des demandes : un assureur peut autoriser une IMF à donner son accord au versement de certaines indemnités. Ce dispositif permet à l'institution financière de statuer sur de petites indemnités, tandis que l'assureur traite les demandes plus importantes qui peuvent être plus complexes et présenter une plus grande exposition au risque financier. Ainsi, dans le cas du produit de paiement de frais d'hospitalisation de MFW, l'IMF est en mesure d'approuver les demandes pour les séjours hospitaliers d'une durée maximale de 6 nuits ; si l'hospitalisation est plus longue, la demande d'indemnisation est soumise à l'assureur pour examen et approbation.

La délégation du paiement des prestations : certains assureurs et IMF ont mis en place un fonds de caisse grâce auquel l'assureur fournit une avance à l'IMF, laquelle verse, au nom de l'assureur, tout ou partie des prestations. Au terme de chaque période de reporting, le montant réel des prestations est comparé au fonds de caisse et un transfert net est réalisé pour rééquilibrer les comptes.

L'internalisation du traitement des demandes d'indemnisation : certaines IMF de grande taille ont monté des centres internes de traitement des demandes d'indemnisation. BASIX, en Inde, possède ainsi sa propre unité de traitement qui fait office d'administrateur tiers. L'objectif de l'IMF était de standardiser les processus et d'exercer un meilleur contrôle sur la qualité.

Le fonds de garantie : les IMF qui ont recours au modèle partenaire-agent étant très soucieuses de leur image et de la satisfaction de leurs clients, elles font tout pour éviter les rejets de demandes d'indemnisation. De leur côté, les assureurs tiennent souvent à appliquer à la lettre des critères d'indemnisation préétablis lorsqu'ils statuent sur les demandes, que celles-ci aient été approuvées ou rejetées. Afin de remédier à cette divergence d'approche, certaines IMF ont créé un fonds de garantie dans lequel elles puisent pour payer les prestations refusées par l'assureur lorsqu'elles estiment qu'elles sont valides ou qu'il est dans leur intérêt de les payer.

Les accords sur le niveau de service : lorsque les IMF nouent des partenariats avec des assureurs ou des administrateurs tiers pour le traitement des demandes d'indemnisation, il est important que les parties s'accordent sur le niveau de service pour garantir respect des délais, précision et autres caractéristiques de performance. Ces accords doivent préciser le nombre maximum de jours au terme desquels une demande d'indemnisation doit être réglée ; l'assureur peut par exemple s'engager à verser toutes les prestations dans les 10 jours qui suivent la réception des documents requis, faute de quoi il doit payer une amende.

La négociation des documents requis : les procédures de traitement des demandes doivent s'adapter au marché à faibles revenus. MicroEnsure et TSKI se sont ainsi aperçus que la documentation exigée par l'assureur était difficile à réunir pour les bénéficiaires d'une assurance vie. Le nombre de documents demandés a donc été réduit ; les attestations ou les déclarations sous serment rédigés par les chefs de village sont par exemple acceptés à la place des certificats de décès.

6. ADOPTER UNE GESTION HOLISTIQUE DES RISQUES

Afin d'étendre l'impact potentiel de l'assurance, il est nécessaire de pratiquer une analyse holistique des besoins des clients en matière de gestion des risques et de concevoir un panier de services financiers et non financiers qui réponde à ces besoins. Un cadre de gestion des risques inclut la prévention des risques, la préparation aux risques et leur gestion lorsqu'ils se concrétisent. L'assurance ne constitue qu'un aspect de cette approche élargie.

7. CRÉER UN EFFET DE DÉMONSTRATION

Les IMF doivent s'efforcer de créer une culture qui incite les ménages à faibles revenus à considérer spontanément l'assurance comme s'intégrant dans leur stratégie de gestion des risques. Pour y parvenir, elles doivent s'assurer que les pauvres puissent constater l'efficacité de l'assurance. Elles peuvent par exemple offrir des produits simples à

comprendre, veiller à ce que les procédures de demandes d'indemnisation restent claires, réduire au maximum les rejets de demandes, utiliser des supports marketing illustrés par des témoignages et organiser des démonstrations en lien avec les demandes d'indemnisation.

8. STRUCTURER LE SUCCÈS

Les IMF disposent d'une gamme de solutions institutionnelles pour fournir de la micro-assurance, parmi lesquelles plusieurs modèles mixtes, et il leur est possible de changer de modèle au fil du temps. Le modèle partenaire-agent fonctionne généralement bien au début, lorsque les IMF mettent en place une forme de culture de l'assurance et qu'elles renforcent leurs capacités en interne. Afin d'accroître les prestations proposées aux clients, les IMF ajoutent parfois des prestations supplémentaires à ce qu'elles offrent avec l'assureur partenaire. Les courtiers peuvent être utiles aux IMF qui souhaitent proposer des produits plus complexes. Le Tableau 1 synthétise les avantages et les inconvénients des différentes solutions institutionnelles dont disposent les IMF.

Tableau 1 les modèles institutionnels

	Prestations d'assurance directes	Modèle partenaire-agent	Collaboration avec un intermédiaire	Création d'une société d'assurance
Se justifie en cas de	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Risques simples ➤ Base de clientèle étendue 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lancement des opérations de micro-assurance ➤ Constitution d'une expertise interne ➤ Produits complexes 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Démarrage d'un programme ➤ IMF ne souhaitant pas développer d'expertise interne ➤ Produits complexes 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ IMF ou réseaux étendus ➤ Conformité réglementaire ➤ Juridictions avec peu de besoins en capital
Avantages	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Flexibilité et contrôle ➤ Économiquement efficient ➤ Offre le plus gros potentiel de rendement 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Le partenaire apporte l'expertise en assurance ➤ Exposition limitée aux risques 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Administration et appui ➤ Le courtier connaît le fonctionnement des sociétés d'assurance ➤ Contacts avec les assureurs 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Flexibilité due à la collaboration avec différents partenaires ➤ Profits conservés ➤ Possibilité de proposer des produits plus complexes
Défis	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Solution la plus risquée ➤ Besoin en capital ➤ Contraintes réglementaires & illégalité éventuelle ➤ Contraintes en termes de capacités ➤ Produits complexes ➤ Risques covariants 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Risque de réputation si le partenaire fait défaut ➤ Les revenus doivent être partagés 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Chaînon supplémentaire à rémunérer 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Présente des risques ➤ Besoin en capital ➤ Expertise en assurance

9. RENFORCER LES CAPACITÉS EN MATIÈRE D'ASSURANCE

Qu'une IMF assure seule les prestations d'assurance, qu'elle noue un partenariat avec une société d'assurance ou qu'elle travaille avec un courtier, elle doit dans tous les cas améliorer la capacité de son personnel à assurer un certain nombre de fonctions liées à l'assurance, parmi lesquels le marketing et les ventes, la gestion des demandes d'indemnisation et le suivi de la performance. Les IMF donnent souvent la priorité à l'éducation des consommateurs, mais elles devraient sans doute mettre l'accent sur celle de leur personnel. En effet, si les employés en première ligne ne sont pas persuadés que l'assurance est un outil efficace de gestion des risques, il leur sera difficile de convaincre les clients d'acheter une assurance voire de mettre en évidence les avantages d'une couverture obligatoire.

Pour le personnel d'une IMF, la meilleure incitation à la vente est peut-être de percevoir le lien fort entre son activité principale et l'assurance. Lorsque la rémunération est conditionnée au remboursement des prêts et que l'assurance permet de meilleurs remboursements en protégeant les clients contre des risques pertinents, le personnel voit clairement son intérêt à vendre de l'assurance. Certaines IMF telles que Fundación Mundial de la Mujer Bucaramanga, en Colombie, soulignent auprès de leurs agents de crédit les avantages supplémentaires que peut procurer l'assurance : baisse du nombre de défauts de remboursement des prêts par les clients qui sont assurés, clients plus stables financièrement donc susceptibles d'emprunter davantage, et plus satisfaits donc plus faciles à fidéliser sur un marché concurrentiel (McCord, 2011). De même, si les guichetiers sont récompensés en fonction du nombre de comptes ouverts et du montant des soldes, et que l'assurance accroît les dépôts, comme il est décrit dans l'Encadré 1, ils seront d'autant plus motivés par la vente d'assurance.

10. ASSURER LE SUIVI DE LA PERFORMANCE

Les IMF doivent assurer le suivi de la performance de leurs produits d'assurance et évaluer leur impact à la fois sur leurs opérations principales et sur leurs clients. Elles doivent déterminer si les revenus tirés d'un produit suffisent à en couvrir les coûts, or ce n'est possible que si les coûts sont correctement affectés aux différentes activités. Outre le suivi de la viabilité, un certain nombre d'autres raisons justifient que les IMF observent de près les indicateurs de performance de l'assurance :

- **Pour assurer le suivi de la valeur pour le client :** il y a plusieurs dimensions à cette dernière et de petits changements peuvent singulièrement modifier la façon dont les clients perçoivent l'assurance. Les IMF doivent donc analyser les effets de leurs produits et les modifier en se plaçant du point de vue du client.
- **Pour assurer la rentabilité des produits :** la micro-assurance contribue à diversifier le flux de revenus de l'IMF grâce aux commissions et frais perçus et au partage des profits. Un portefeuille de produits diversifié offre des possibilités de vente croisée et répartit le coût d'acquisition des clients sur plusieurs produits, ce qui augmente leur rentabilité. C'est en tout cas ce que certains attendent de la micro-assurance. Pour vérifier qu'elle a bien cet effet positif, il faut assurer le suivi des revenus et dépenses.
- **Pour évaluer la fidélisation de la clientèle :** l'assurance peut aider les IMF à conserver leurs clients existants et à en attirer de nouveaux. Les IMF peuvent le vérifier au moyen d'entretiens lors du départ des clients ou d'enquêtes de satisfaction menées auprès de ces derniers.
- **Pour se doter d'arguments utiles à la négociation avec les assureurs :** une compréhension approfondie de la performance de leurs produits permet aux IMF de négocier des conditions plus favorables avec les assureurs dans le cas où les produits donnent satisfaction. L'information représente donc un véritable moyen de pression ! Forte de preuves convaincantes, l'IMF BASIX a ainsi pu négocier des produits de meilleure qualité auprès des assureurs. Lorsqu'elle a lancé son assurance crédit plus, le manque de données a rendu la tarification difficile, si bien que des hypothèses prudentes ont été formulées. Un an plus tard, l'expérience de mortalité était plus favorable qu'escompté. La prime aurait alors pu être diminuée de moitié, mais au lieu de cela, le produit a été repensé afin de couvrir l'emprunteur et le conjoint pour un tarif identique. De même, lorsque le produit de paiement de frais d'hospitalisation de BASIX a enregistré des comportements de demande d'indemnisation là encore plus favorables que prévu, l'IMF a obtenu que la prestation journalière passe de 300 INR à 500 INR.



© MEV

CONCLUSION

Pour les IMF, les produits de micro-assurance s'apparentent à un buffet composé de nombreux plats entre lesquels il faut choisir. Il semble logique de commencer par les hors-d'œuvre (l'assurance crédit plus). Certaines IMF s'en tiendront à cela. D'autres veilleront à ce que le hors-d'œuvre ait été bien digéré avant de passer au plat principal, constitué sans doute d'une couverture couplée à l'épargne ou de clauses complémentaires volontaires sur une assurance crédit. Le dessert est représenté par l'assurance volontaire pour le grand public, mais les IMF qui surveillent leur ligne feront sans doute l'impasse dessus.

Il est vrai que l'ajout d'une offre d'assurance présente certains dangers pour les IMF, surtout lorsqu'elles endossent directement le risque. Et même si elles nouent un partenariat avec une société d'assurance, leur réputation reste en jeu. On observe également un grand nombre de défis

opérationnels parmi lesquels la structuration des rôles et des responsabilités du personnel de terrain, le passage à des couvertures non obligatoires et l'incitation à la vente. Le défi le plus important reste sans doute la rationalisation du traitement des demandes d'indemnisation afin que les pauvres perçoivent facilement les réels avantages de l'assurance. En faisant preuve d'efficacité, les IMF peuvent jeter les bases d'une culture de l'assurance au sein des communautés à faibles revenus et permettre aux populations démunies d'améliorer leur gestion des risques, contribuant ainsi grandement à briser le cercle vicieux de la pauvreté.

L'assurance a le pouvoir d'améliorer la santé et le bien-être des ménages à faibles revenus et, par là même, la performance sociale et financière des IMF, notamment lorsqu'elle s'inscrit dans un cadre plus large de gestion des risques. Il ne reste plus qu'à espérer que les IMF réfléchiront sérieusement aux solutions décrites ici et examineront avec attention les perspectives que leur offre l'assurance.

Sous couvert de l'Organisation internationale du Travail et du Programme Finance et Solidarité, le **Fonds pour l'innovation en micro-assurance** vise à accroître la disponibilité de produits d'assurance de qualité pour les personnes à faibles revenus des pays en développement afin de les protéger des risques et rompre le cycle de la pauvreté. Le Fonds a été créé en 2008 grâce à une généreuse subvention de la [Fondation Bill et Melinda Gates](#) pour apprendre comment étendre une couverture de micro-assurance de qualité aux travailleurs pauvres et promouvoir les enseignements émergents du secteur. Le Fonds bénéficie aussi de subventions en provenance de [différents bailleurs](#) dont la [Fondation Z Zurich](#) et [AusAID](#). Pour en savoir plus : www.ilo.org/microassurance



Bureau
international
du Travail



microassurance@ilo.org
www.ilo.org/microassurance