



Bureau
international
du Travail



CASE BRIEF:

IFFCO-TOKIO GENERAL INSURANCE CO.

Michal Matul, Aparna Dalal et Alice Merry



CASE BRIEF:

IFFCO-TOKIO GENERAL INSURANCE CO.

Nom du produit: Pashu Dhan Bima (assurance santé bétail)

Lieu : Inde

Description: Initialement un produit d'assurance bétail obligatoire pour les paysans contractant un crédit pour acheter du bétail. Après la phase pilote, il a également été offert de manière indépendante sans crédit. Il protège le paysan en cas de mort des animaux assurés suite à une maladie ou un accident. Un système d'identification par radiofréquence (RFID) est utilisé pour identifier le bétail et réduire la fraude.

Prime: 3% à 5% de la somme assurée, versée annuellement

Echelle: 50 000 animaux couverts en mars 2013

Ratio de sinistres: 56%

Une nouvelle technologie d'identification catalyse le changement des processus, réduisant la fraude et permettant une indemnisation rapide

LE BÉTAIL SOUMIS À UN RISQUE IMPORTANT

Environ un milliard de personnes, c'est-à-dire près de 70% de la population vivant dans une extrême pauvreté dans le monde, dépendent du bétail pour leur subsistance. Les petits paysans en Inde tirent presque la moitié de leurs revenus de l'élevage ; la valeur de leur bétail représente une part significative de leurs biens, de sorte que la mortalité du bétail constitue un risque important et affecte à la fois leurs revenus et leur niveau d'actifs¹.

Les efforts visant à fournir des produits d'assurance pour le bétail se sont heurtés à des taux de sinistralité élevés, les assureurs publics enregistrant fréquemment des ratios de sinistres de 150 à 350 pour cent. L'une des principales causes est la fraude, car il est très difficile de vérifier si l'animal concerné par le sinistre déclaré est bien l'animal assuré. L'utilisation d'étiquettes numérotées fixées à l'oreille pour identifier les animaux assurés est inefficace, car ce système peut être très facilement manipulé.

ITGI TESTE UNE SOLUTION TECHNOLOGIQUE...

Pour résoudre ce problème d'identification, IFFCO-Tokio General Insurance Co. Ltd. (ITGI) a décidé de tester une nouvelle technologie consistant en un système d'identification par radiofréquence (RFID). En 2009, il a lancé un

produit baptisé Pashu Dhan Bima (assurance santé bétail) visant 25 000 petits paysans pour tester la technologie et les processus associés. Cette technologie a permis à ITGI d'identifier précisément les animaux assurés et de réduire la fraude.

Le système a également connu du succès auprès des clients. La puce RFID est insérée sous la peau de l'oreille des bovins avec une seringue. Le processus est considéré comme moins douloureux pour l'animal que l'agrafage d'étiquettes en plastique. Avec la pose de ces étiquettes, il était courant que la production de lait des animaux soit réduite pendant quelques jours après le marquage à cause du traumatisme subi. En outre, les agriculteurs préfèrent que le système RFID ne soit pas visible, car à la différence des étiquettes plastiques, il ne permet pas de distinguer le bétail qui a été acheté avec un prêt.

ET RÉVOLUTIONNE SES PROCESSUS

ITGI a profité de l'introduction de cette technologie pour changer ses processus. Dans la plupart des systèmes d'assurance bétail, les responsables de la banque et les vétérinaires contrôlent le processus de souscription. Dans ce dispositif, ce contrôle est effectué directement par les employés d'ITGI eux-mêmes. Ceux-ci supervisent la pose des puces pour vérifier qu'elle est réalisée sur les bons animaux, mais ils peuvent aussi fournir plus d'informations au paysan, notamment lui expliquer le fonctionnement de la déclaration de sinistre et lui communiquer le numéro d'assistance téléphonique gratuit.

ITGI a également révisé son processus de traitement de sinistre. Dans les 4 à 6 heures qui suivent la notification, un employé d'ITGI rend visite au paysan, habituellement avec un vétérinaire. Ils inspectent la carcasse

¹ Delgado, C., Rosegrant, M., Steinfeld, H., Ehui, S., Courbois, C. 1999. "Livestock to 2020: The next food revolution", in *A 2020 Vision for Food, Agriculture, and the Environment*, No.61.

AMÉLIORATIONS DE LA VALEUR POUR LE CLIENT DUES À DES DÉCISIONS COMMERCIALES

Dimension de la valeur pour le client	Changement	Valeur pour le client	Argument commercial
Produit	Suppression de la clause stipulant que seule la moitié de l'indemnisation est versée si l'animal meurt pendant la gestation	Couverture cruciale pendant une période importante de la vie des bovins	Politique plus simple, plus facile à expliquer lors de l'inscription
Produit	Services à valeur ajoutée (par exemple informations sur la gestion du bétail ou les comprimés vermifuges)	Amélioration de la santé du bétail	Moins de déclarations de sinistre
Accès et expérience	Service à domicile	Pas besoin de se déplacer pour l'inscription ou le dépôt de la déclaration de sinistre	Le client traite avec ITGI directement ; contribue au développement de la marque sur le long terme
Cost	Prime plus faible	Coût allégé	Attire les banques et les entreprises laitières
Cost	ITGI supporte tous les coûts vétérinaires	Moins de dépenses	Capacité à choisir de meilleurs vétérinaires
Expérience	Réduction du délai de traitement des sinistres	Perçoit son indemnité plus rapidement	Contrôle accru sur la fraude

UNE AMÉLIORATION DE LA VALEUR POUR LE CLIENT ET POUR L'ASSUREUR

Cet exemple illustre bien le lien entre la viabilité commerciale et la valeur pour le client. ITGI a apporté plusieurs changements à ses produits et à ses processus pour améliorer l'efficacité de ses activités et accroître la viabilité du produit. Plusieurs de ces décisions motivées par des arguments commerciaux ont eu un impact positif sur la valeur du produit pour le client. Il s'agit d'un développement encourageant, car si le secteur compte beaucoup de cas d'arbitrages entre la viabilité commerciale et la valeur offerte au client, il existe en revanche peu d'expériences mettant en évidence la corrélation positive entre ces deux dimensions.

de l'animal et vérifient que la puce RFID correspond bien au numéro d'identification de la police. L'employé aide également l'assuré à compléter sa déclaration de sinistre.

Grâce à l'amélioration de ce processus, la plupart des demandes d'indemnisation sont traitées en 15 à 20 jours. Ce qui représente un avantage considérable pour le client en comparaison d'autres produits d'assurance bétail, qui ont des délais de traitement pouvant aller jusqu'à 6 mois.

AU-DELÀ DU PILOTE

A la suite du pilote, ITGI a étendu l'offre de son produit, qui compte désormais pour une part importante de son portefeuille et enregistre un taux de sinistralité de 56 pour cent. Début 2013, le produit couvrait 50 000 animaux.

ITGI avait espéré que le coût des puces RFID diminuerait avec le temps, mais avec une demande accrue, les prix ont en réalité augmenté et les puces sont devenues plus difficiles à trouver. Cependant, jusqu'ici la technologie RFID n'est pas aussi importante pour ITGI que les changements de processus associés. Il était difficile de vendre le produit sans la technologie RFID dans les zones qui l'avaient déjà expérimenté, car les clients avaient fondé leur confiance sur ce système et l'associaient à la rapidité de versement des indemnités. Dans les nouvelles zones cependant, ITGI a mis en place les processus améliorés, mais avec des étiquettes en plastique moins coûteuses que les puces RFID.

ITGI a constaté qu'il était en mesure de minimiser la fraude dans ces zones-là aussi, bien que le taux de sinistralité soit légèrement supérieur à celui des zones dans lesquelles les puces RFID sont utilisées. L'assureur estime que la réduction significative du coût des étiquettes compense largement la légère augmentation des sinistres.

LES RENOUVELLEMENTS DÉMONTRENT LA VALEUR DU PRODUIT

Le niveau de renouvellement des polices démontre la satisfaction des clients. Il est intéressant de noter qu'environ 30% des clients ne passent plus par la banque qui leur avait initialement vendu le produit, mais sont maintenant directement en relation avec ITGI pour continuer à protéger leur bétail.

L'élément de différenciation du produit le plus important pour les clients est la rapidité de traitement des sinistres. Les nouveaux processus ont significativement réduit la fraude et ainsi restauré la confiance des employés, ce qui facilite le versement rapide des indemnités.

Pashu Dhan Bima est un bon exemple de produit obligatoire ayant gagné la confiance des clients grâce à un niveau de service élevé. Une fois que les clients ont testé le produit, ils sont plus susceptibles de le renouveler sur une base volontaire. Cela démontre toute l'importance d'accroître la valeur des produits d'assurance obligatoires pour contribuer à créer une culture de l'assurance.

Sous couvert de l'Organisation internationale du Travail et du Programme Finance Solidaire, 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 **Foundation Z Zurich** et **AusAID**.

Pour en savoir plus:

www.ilo.org/microinsurance