

Diagnostic des Facteurs de Développement du Marché de l'Assurance Vie au Cameroun

Dudjo Yen Gildas Boris

Enseignant-Chercheur, IUT-FV de Bandjoun
Université de Dschang, Cameroun

Djimodoum Ndoledé Djimtabe, MSc

Laboratoire de Recherche en Economie Fondamentale et Appliquée
(LAREFA), Université de Dschang, Cameroun

[Doi:10.19044/esj.2023.v19n19p129](https://doi.org/10.19044/esj.2023.v19n19p129)

Submitted: 28 April 2023

Accepted: 28 July 2023

Published: 31 July 2023

Copyright 2023 Author(s)

Under Creative Commons BY-NC-ND

4.0 OPEN ACCESS

Cite As:

Dudjo Yen G.B. & Djimodoum Ndoledé D.. (2023). *Diagnostic des Facteurs de Développement du Marché de l'Assurance Vie au Cameroun*. European Scientific Journal, ESJ, 19 (19), 129. <https://doi.org/10.19044/esj.2023.v19n19p129>

Résumé

L'objectif de ce travail est d'examiner la contribution de l'assurance-vie, en tant que facteur de sécurité sociale au Cameroun. Le marché de l'assurance-vie en Afrique subsaharienne et particulièrement dans la zone CIMA/FANAF est nettement inférieur à la moyenne du marché mondial (L'Afrique en représente 1,1% (marchés vie et non vie), la plus grande part étant représentée par l'Amérique avec 44,2%, devant l'Europe (28,0%) et l'Asie-Pacifique émergente 13,5% (FANAF, 2023). Le faible développement du marché de l'assurance-vie peut s'expliquer par des caractéristiques d'ordre socioculturelles et économiques des populations. L'assurance-vie vise deux finalités, la prévoyance et/ou l'épargne. Elle apparaît ainsi comme une technique efficace de protection sociale. Nous avons utilisé la méthode de recherche qualitative (MRQ) basée sur une étude de Cas. Les données proviennent des entretiens semi-directifs menés au sein d'une entreprise d'assurance au Cameroun. À la suite d'une démarche interprétative des verbatims, les principaux résultats montrent que la nature de l'environnement, le contexte économique et les caractéristiques du marché de l'assurance-vie influencent significativement le niveau de développement du secteur des assurances au Cameroun. À l'issue de ce travail, nous recommandons à Prudential Beneficial Life Insurance de réadapter ses produits, augmenter son

capital humain, s'adapter à l'évolution des consommateurs et investir dans le numérique.

Mots-clés: Assurance-vie, Sécurité sociale, MRQ, Cameroun

Diagnosis of the Development Factors of the Life Insurance Market in Cameroun

Dudjo Yen Gildas Boris

Enseignant-Chercheur, IUT-FV de Bandjoun
Université de Dschang, Cameroun

Djimodoum Ndoledé Djimtabe, MSc

Laboratoire de Recherche en Economie Fondamentale et Appliquée
(LAREFA), Université de Dschang, Cameroun

Abstract

The objective of this work is to examine the contribution of life insurance as a factor of social security in Cameroon. The life insurance market in sub-Saharan Africa and particularly in the CIMA/FANAF zone is significantly lower than the world market average (Africa represents 1.1% (of life and non-life markets), the largest share being represented by America with 44.2%, ahead of Europe (28.0%) and emerging Asia-Pacific 13.5% (FANAF, 2023). can be explained by the socio-cultural and economic characteristics of populations. Life insurance has two purposes, provident insurance and/or savings. It thus appears to be an effective technique of social protection. We have used the method of qualitative research (MRQ) based on a case study. The data comes from semi-structured interviews conducted within an insurance company in Cameroon. Following an interpretative approach of the verbatims, the main results show that the nature of the environment, the economic context, and the characteristics of the life insurance market significantly influence the level of development of the insurance sector in Cameroon. At the end of this work, we recommend that Prudential Beneficial Life Insurance readapt its products, increase its human capital, adapt to changing consumers, and invest in digital technology.

Keywords: Life insurance, Social security, MRQ, Cameroon

Introduction

L'évolution de l'Homme a toujours été accompagnée du besoin de protection, non seulement de son patrimoine, mais de sa personne et pour le

maintien d'un bon niveau de vie lors de sa vieillesse. La souscription d'un contrat d'assurance vie constitue l'une des solutions auxquelles il peut recourir. Le besoin de sécurité semble être un élément primordial pour l'Homme. Constamment, les êtres humains sont à la recherche des moyens qui leur permettent de se préserver contre les imprévus de la vie, de contenir des idées préconçues et dégradantes auxquelles il est exposé. L'apparition de l'assurance est considérée comme un phénomène ancien dans les pays développés et récent dans les pays africains. L'assurance-vie comme secours mutuel ou recherche de protection est l'un des meilleurs moyens indispensables pour tout être humain (Omrani, 2018). Elle consiste pour cet être humain de se prémunir contre l'incertitude qui n'est ni probabilisable, ni quantifiable, en ce sens qu'on ne peut pas prévoir le hasard (Villemus, 2020).

En effet, l'assurance est un secteur financier qui s'occupe beaucoup plus de la gestion de risque aléatoire qui pèse sur leur personne comme sur leurs biens et leur donne ainsi une confiance dans l'avenir (Nour et al. 2016). Ainsi, au niveau individuel, l'assurance a une valeur indéniable. C'est un acte de prévoyance donnant à son auteur conscience de ses responsabilités, lui permettant d'accroître son indépendance et sa liberté et d'accomplir parfois un devoir moral envers sa famille. Prudential Beneficial Life Insurance Cameroun contribue à renforcer la sécurité sociale au Cameroun en offrant des produits d'assurance vie adaptés, en promouvant l'inclusion financière, en sensibilisant la population à l'importance de l'assurance vie et en participant au développement socio-économique du pays.

Dans les pays développés, l'assurance-vie demeure la plus prépondérante des produits du secteur (des assurances). Dans les pays de l'OCDE, elle avoisine les 60% et entre 30% et 80% dans les pays du Sud Asiatique. La palme d'or revient sans doute au Japon avec 78,8% et la dépense moyenne en assurance-vie est de 3762,1 dollars par habitant en 2016 et de 7,7 dollars seulement dans notre pays (Swiss R, 2009). Pour Maplecroft (2016), l'Afrique est le continent le plus vulnérable aux catastrophes naturelles. Les études théoriques sur la demande d'assurance-vie, initiées par Yaari (1965) et Hakansson (1969) et développée par Bruhn et Steffensen (2010) considèrent l'assurance-vie, dans une certaine mesure comme une incertitude liée à la durée de l'homme, soit comme une forme d'épargne en vue de la retraite, soit comme un legs en cas de décès de l'assuré. L'Afrique du Sud est le leader du marché avec 51,115 milliards USD, soit 69,02% de parts de marché en 2021. Selon le Rapport du Swiss Re Institute de 2021, le Maroc occupe la seconde place avec 7,2% suivi respectivement de l'Egypte et du Kenya respectivement 3,79% et 3,26% du total des primes souscrites en Afrique en 2021. Quant au Marché camerounais des assurances, il est en hausse de 25,6% du chiffre d'affaires entre 2015-2021 (Atlas magazine, 2022 actualités de l'assurance en Afrique et au Moyen-Orient, N° 194, Octobre 2022).

La pandémie de COVID-19 a coûté la vie à des milliers de personnes, a perturbé les économies et a eu une incidence sur les chaînes d'approvisionnement et les secteurs d'activité dans le monde entier. La riposte mondiale liée au COVID-19 a permis de mettre en évidence de nouvelles approches, notamment les outils numériques (tablettes, smartphones...) qui permettent une meilleure communication via les réseaux sociaux et peuvent servir de transactions qui répondent aux besoins des parties prenantes (IFC, 2020). Avec la digitalisation, les assureurs doivent adapter leurs produits et services aux besoins des hommes et des femmes afin de réduire le fossé technologique. Les réponses des assureurs durant la pandémie de COVID-19 ont eu un effet mitigé de la population dans ce secteur. Les femmes jouent un rôle important dans leur communauté particulièrement celles qui sont dans les foyers. Les assureurs doivent adopter une approche sensible à la dimension de genre, ils peuvent influencer positivement la perception qu'ont les femmes du secteur et accroître leur compréhension et leur volonté de souscrire aux produits d'assurance qui améliorent la résilience de leurs familles et de leurs entreprises.

Selon Atlas Magazine 2022, nous constatons une reprise des activités dans le secteur de l'assurance au Cameroun. Au regard des chiffres publiés, la branche vie est en nette progression par rapport à 2021 (ASAC, 2021). Les assureurs camerounais terminent l'année 2022 avec une hausse de 10,12% de leur chiffre d'affaires global à 253,1 milliards FCFA (412,5 millions USD) contre 229,8 milliards FCFA (397,6 millions USD) en 2021 (Rapport ASAC, 2022). L'activité vie totalise 87,1 milliards FCFA (141,9 millions USD) de primes émises, représentant environ 12,69% l'an. Allianz Vie occupe une place prépondérante du classement des meilleurs assureurs vie avec 10,05% des encaissements vie. Arrivent en deuxième et troisième places, Prudential Beneficial Life (8,03%) et Activa Vie (3,76%) selon le rapport Atlas Magazine 2022. Au Cameroun, le secteur des assurances semble avoir été épargné par la crise sanitaire. Nous constatons que la courbe est allée croissante dans les assurances, une performance qui s'explique par la résilience dont ont su faire preuve les compagnies de ce secteur. L'Assurance au Cameroun est un secteur en développement constant depuis quelques années, la concurrence y est accrue avec la présence des groupes majeurs de l'assurance en Afrique aux côtés de compagnies nationales. Le secteur des assurances contribue également au développement de l'économie camerounaise par le soutien à l'Etat au travers des emprunts publics notamment et par l'emploi de nombreux camerounais dans nos entreprises.

D'une manière générale, le secteur de l'Assurance-vie a été impacté de façon sensible par la crise du Covid-19. Selon Yomba Nelly (2022), certaines mesures barrières en occurrence la distanciation ont certainement perturbé les projections et les contacts physiques des agents mandataires avec les

prospects. Plusieurs assurés atteints de maladies chroniques ayant l'habitude d'être suivis à l'extérieur ont payé un lourd tribut à la crise du Covid-19 en raison des restrictions des voyages. Des réflexions ont été menées afin de permettre aux différents services de mettre un accent sur la digitalisation et l'automatisation de l'ensemble des processus.

Réellement, bien que les entreprises du secteur des assurances au Cameroun aient subi, comme dans tous les autres secteurs, les conséquences financières du Coronavirus et nonobstant la polémique suscitée à ce sujet, l'exclusion par les assureurs du risque de pandémie et la prise en charge des soins par l'Etat ont rendu quasiment nul l'impact de la Covid-19 sur l'assurance santé. Le secteur des assurances au Cameroun a connu une croissance de 8,5% en 2021 avec une part belle au niveau de la branche vie. Cette performance s'est traduite par une augmentation de son chiffre d'affaires de plus de 6 milliards de FCFA, lequel s'est fixé à 76,3 milliards FCFA en 2021, contre 69,8 milliards de FCFA en l'année précédente. Selon les données provisoires de l'ASAC, nous observons deux facteurs qui sont à l'origine de cette progression. Le premier est la hausse de 9,7% du chiffre d'affaires des assurances individuelles, lequel est passé de 32,2 milliards de FCFA au 31 décembre 2020 à 35,7 milliards FCFA à fin 2021. Le second élément ayant joué sa partition est l'accroissement de 8,4% du chiffre d'affaires des assurances collectives. Il s'est établi à 40,3 milliards de FCFA en 2021, contre 37,3 milliards de FCFA en 2020 (ASAC, 2020). Ces deux facteurs ont permis aux dix compagnies de la branche vie de contribuer à hauteur de 33% du chiffre d'affaires global du marché.

La croissance du chiffre d'affaires des assurances au Cameroun pourrait laisser croire à une augmentation du taux de pénétration auprès des populations, ce qui est pourtant loin d'être le cas dans les faits. En dépit, des performances enregistrées dans le secteur, à en croire l'ex président de l'ASAC, le taux de pénétration de l'assurance dans le pays se situe encore à moins de 3%. L'assurance au Cameroun fait l'objet d'une forte concurrence dû principalement à la libéralisation du secteur et l'ouverture à l'investissement privé et étranger. Les compagnies d'assurances doivent répondre à de nombreuses contraintes, notamment en matière de solvabilité et de bonne gouvernance, et de conseils aux clients. Dans ce contexte, notre problématique se décline à travers une question principale que nous formulons comme suit : Comment le secteur de l'assurance vie contribue à la sécurité sociale des assurés ?

Le présent article sera organisé comme suit. La première section met en exergue la revue de la littérature sur d'assurance vie. La deuxième section est consacrée aux considérations méthodologiques. La présentation et la discussion des résultats sont consacrées à la troisième section afin de clore ce travail sur une conclusion générale.

1. Revue de la littérature

Depuis les années 60, la demande d'assurance-vie revêt une importance grandissante via les facteurs économiques, démographiques et institutionnels. Une littérature empirique sur ce sujet examine plusieurs études portant sur des économies diverses.

Selon le dispositif juridique et fiscal de chaque pays, l'assurance-vie permet de répondre à divers objectifs patrimoniaux tels que le placement de l'épargne, la transmission du patrimoine, la protection du conjoint ou encore la constitution d'un complément de retraite.

Hammond, Houston et Melander (1967) vont se lancer dans une analyse en coupe transversale afin d'expliquer les variations des dépenses de prime d'assurance-vie pour des ménages aux Etats-Unis. Leurs résultats montrent que le revenu, l'éducation, les capitaux propres, l'emploi sont significativement corrélés aux dépenses d'assurances-vie des ménages. Truett et Truett (1990), quant à eux, font un parallèle entre les facteurs de la demande d'assurance dans les deux pays de l'Amérique du Nord en l'occurrence les Etats-Unis et le Mexique. Dans leur conclusion, ils font état de l'élasticité-revenu de la demande d'assurance-vie qui est plus élevée au Mexique qu'aux Etats-Unis. En poursuivant dans la même direction, Beck et Webb (2003) réalisent une analyse exhaustive, en panel, sur 68 économies industrialisées et sous-développées pour spécifier les déterminants de la variation de la demande d'assurance-vie.

L'assurance-vie est devenue une partie de plus en plus importante du secteur financier au cours des 40 dernières années, fournissant une gamme de services financiers aux consommateurs et devenant une source majeure d'investissement sur le marché des capitaux. Mais ce qui explique la grande variation de la consommation d'assurance-vie entre les pays reste incertain. Les auteurs essaient de montrer l'influence significative des variables monétaires, religieuses, institutionnelles et démographiques dans la demande d'assurance-vie aussi bien dans les pays développés que dans les pays en développement.

Par ailleurs, Headen et Lee (1973), considèrent l'assurance vie comme une composante du portefeuille d'actifs financiers d'un ménage dont la détention dépend, à court terme, du cours des autres actifs du marché financier. Outreville (1996), dans le même registre, teste sur 48 pays en développement la corrélation entre le développement financier et la croissance de l'assurance vie. Ils montrent surtout que l'effet négatif de la présence de monopoles de marché financier sur la croissance de la demande d'assurance vie. L'étude de Zietz (2003) fait état d'une synthèse assez remarquable mettant en avant les facteurs économiques, démographiques et financiers traités dans plusieurs études empiriques couvrant la période 1960-2001 de la même manière que les

désaccords présentes dans les résultats trouvés qu'il adjuge soit à la méthodologie adoptée soit aux types de données utilisées.

Pour Hwang et Gao (2003), la croissance rapide des sociétés d'assurance en Chine, après la réforme économique de 1978, est attribuée à la réforme audacieuse, qui est passée par l'élévation du niveau d'éducation de la population et le changement de la structure sociale. C'est dans cette même lancée que Lim et Haberman (2004) examinent la demande d'assurance-vie en Malaisie. Ensuite, Hwang et Greenford (2005) considèrent les marchés de Hong Kong et de Taiwan à cause de leur proximité géographique et culturelle. Ils montrent que les avancées économiques dans ces pays conduisent à une surconsommation de la demande d'assurance-vie. Lenten et Rulli (2006) tentent d'explorer la demande d'assurance vie en Australie sur la période 1981-2003, ils adoptent une nouvelle procédure statistique qui permet de tenir compte des caractères inobservables (« mais interprétables ») des composantes de la demande. Ils montrent que le niveau des prix, le revenu, la taille de la population ont un effet positif sur la demande d'assurance vie en Australie.

Li et al. (2007) étudient les déterminants de la demande des pays de l'OCDE. Le développement financier et le degré de concurrence sur le marché des assurances impactent positivement et significativement sur la demande d'assurance vie. Ils montrent également que l'inflation et le taux d'intérêt agit négativement sur la demande d'assurance. Kjosevski (2011) considère les pays du Sud et du Centre de l'Europe et ses résultats montrent que le PIB par habitant, l'inflation, les dépenses, le niveau d'éducation sont significativement corrélés à la demande d'assurance.

Au final, nous pouvons avancer sans risque de nous tromper que plusieurs facteurs peuvent influencer la demande d'assurance-vie. Il existe à la fois des facteurs économiques et non économiques, mais aussi des facteurs géographiques ou de proximité géographique peuvent impacter sur la demande d'assurance vie.

Les risques accidentels sont d'un autre ordre. L'accident survient de manière fortuite, sans signes précurseurs. Il est dû en partie au moins à la fatalité. Enfin, il entraîne toujours une perte (d'où l'idée de risque pur) dont le montant peut parfois être si élevé que l'équilibre financier de la firme s'en trouve menacé. À leur égard, l'attitude des dirigeants est bien différente. Étant assimilé à un coût très aléatoire, donc difficile à intégrer dans un budget prévisionnel, le risque accidentel n'est pas accepté a priori. Il est même jugé préférable d'en transférer la charge à autrui, à l'assureur par exemple.

Engell Kollatet et Blackwell (1968) propose une approche centrée sur les différentes étapes du processus de décision et les facteurs qui sont susceptibles de l'affecter. Ce modèle repose sur 5 étapes : la reconnaissance du problème, la recherche de solutions, l'évaluation des options, la décision et acte d'achat et l'évaluation après achat (Gnoufougou, 2021). Ce modèle

présente un processus menant de l'apparition et la perception des stimuli jusqu'au déclenchement du comportement et aux conséquences de ce comportement. Pour cela, l'auteur présente deux facteurs d'influence à savoir : les différences individuelles et des influences environnementales.

Concernant l'influence du genre dans la souscription aux produits d'assurance-vie, plusieurs résultats empiriques semblent se contredire. Certains auteurs ont trouvé que les femmes étaient moins susceptibles d'être assurées que les hommes (Wang, 2010 ; Sarkodie et Yusif, 2015 ; Luciano et al., 2016). D'autres supposent que si le chef de ménage est un homme, la probabilité de souscrire une assurance-vie diminue. Les femmes sont plus susceptibles d'augmenter leur consommation d'assurance-vie. (Heo et al., 2013 ; Sze, 2015 ; Narradda Gamage et coll., 2016 ; Kurdys-Kujawaska, 2019). Au final, le sexe du chef de ménage n'aurait pas un effet significatif sur la demande d'assurance vie. Il pourrait exister des différences de comportement face au risque de décès liés au sexe (Yiing et Yi, 2012 ; Curak et al., 2013 et Sossou et al., 2013).

S'agissant de la taille du ménage, La littérature empirique présente plusieurs conclusions par rapport à son influence sur la probabilité de souscrire à une assurance-vie. Les ménages ayant plus d'enfants ou des personnes à charges augmenteraient la probabilité de détenir une assurance-vie. (Ward et Zurbruegg, 2002 ; Li et al., 2007 ; Mini, 2008 ; Wang, 2010 et Yiing et Yi, 2012; Kurdys-Kujawaska, 2019 et Abdul-Fatawu et al., 2019). Plus le nombre de personnes à la charge du chef de ménage est élevé, moins il est disposé à souscrire un contrat d'assurance vie (Sossou et al., 2013 ; et Gemmo et al., 2016). Certaines études soutiennent que les ménages à grande taille n'influent pas sur la probabilité des ménages à la souscription d'assurance-vie (Curak et al., 2013 ; Sze, 2015). Concernant le niveau d'instruction, les études se partagent à ce sujet : certains auteurs ont trouvés que la souscription n'est pas corrélée au niveau d'instruction du chef de ménage parce qu'elle constitue un facteur d'ouverture d'esprit qui peut amener l'individu à adopter des comportements prudents d'auto assurance surtout dans un domaine auquel l'obligation ne lui est pas faite de prendre un contrat d'assurance (Hau, 2000 ; Beck et Webb, 2003 ; Sossou et al., 2013). Par contre, d'autres auteurs pensent que les consommateurs moins scolarisés peuvent compter davantage sur l'assurance- vie, car ils peuvent avoir un emploi moins stable et moins de prestations de retraite (Wang, 2010). Mais il y a également de ces auteurs qui pensent que l'enseignement supérieur conduisait à une pénétration plus élevée de l'assurance-vie et à une densité d'assurance-vie

Le statut matrimonial a fait également l'objet de plusieurs débats empiriques. L'état matrimonial n'a pas d'influence statistiquement significative (Curak et al., 2013). Par contre, d'autres auteurs ont trouvé qu'il existe une association négative entre le mariage et les dépenses en consommation

d'assurance. La probabilité de souscrire un contrat d'assurance vie auprès des compagnies diminue lorsqu'on passe des célibataires aux mariés (Sossou et al., 2013). Les ménages mariés ont une plus grande probabilité de détenir une assurance-vie et de se faire souscrire un montant relativement plus élevé puisqu'il y a une ou plusieurs personnes en fonction des revenus du ménage marié. Le divorcé, augmente la probabilité de renoncer à une police d'assurance-vie existante pour un ménage (Gemmo et al., 2016). Quant aux facteurs socio-économiques, les facteurs explicatifs suivants ont été identifiés : le revenu et la profession du chef de ménage.

Il ressort des conclusions de plusieurs études que les ménages qui disposent d'un revenu élevé sont disposés à souscrire à une assurance vie. (Ward & Zurbruegg, 2002 ; Beck & Webb, 2003 ; Sossou et al. 2003 ; Li et al. 2007 ; Mini, 2008 ; Sibel et Mustafa, 2009 ; Redzuan, Zuriyah et Aidid, 2009 ; Wang, 2010 ; Odemba, 2013 ; Shiferaw, 2017). Par contre Sze (2015) a trouvé qu'il n'y a pas d'association entre le revenu et la consommation d'assurance-vie. L'emploi influence positivement l'assurance-vie dans la mesure où les personnes employées disposent de fonds nécessaire pour souscrire à une assurance-vie (Novovic, 2017 et Curak et al. 2013). S'agissant des facteurs socio psychologiques, seuls deux articles de recherche ont examiné l'influence de l'état de santé ou l'espérance de vie sur la souscription d'une assurance vie. Zhu (2007) a constaté qu'une probabilité accrue de survivant encourageait l'individu à souscrire plus d'assurance-vie. De même, Baek et De Vaney (2005) ont montré qu'un ménage dont le chef est en bonne santé dépense davantage en assurance-vie.

Partant de la revue de littérature développée ci-dessus, nous proposons un cadre méthodologique en rapport avec cette étude qui repose sur l'analyse qualitative.

2- Méthodologie

Pour cette étude, nous allons construire une méthodologie basée sur l'épistémologie, l'échantillonnage, le recueil et l'analyse des données.

2.1. Orientation épistémologique

L'utilisation d'une méthodologie de recherche est la conséquence d'un choix épistémologique bien précis. S'inscrire dans une posture épistémologique correspond à une affirmation d'une identité scientifique et épistémologique. L'épistémologie vise à clarifier la conception de la connaissance sur laquelle un travail de recherche se fondera. La posture épistémologique retenue influence les orientations d'un chercheur quant à la formulation de son objet de recherche, cela va de soi pour les implications méthodologiques. « Selon Girod-Séville et Perret (2003), le chercheur positiviste a pour ambition d'expliquer la réalité, le constructiviste celle de la

construire et l'interprétativiste a l'intention de la comprendre » (Cherkaoui et al. 2016).

L'approche qualitative est idéale en tant que première phase du projet de recherche. La recherche qualitative a une approche principalement subjective, car elle cherche à comprendre et analyser le comportement humain. Elle a également pour objectif de détecter les variables essentielles ainsi que les liens entre ces dernières.

L'entretien est une technique utilisée pour la collecte des données à caractère qualitatif, il s'agit d'une discussion formelle avec la personne choisie, dans la perspective d'analyser, des données discursives reflétant notamment l'univers mental conscient ou inconscient des individus. Pour Blanchet et Gotman (1993), « les entretiens exploratoires ont pour fonction de mettre en lumière les aspects du phénomène auxquels le chercheur ne peut penser spontanément et de compléter les pistes de travail suggérées par ses lectures.

2.2. Echantillonnage et collecte des données

Le travail empirique est effectué sur un échantillon de taille réduite (Evrard et al., 1997). Cet échantillon est constitué des individus de tous niveaux hiérarchiques confondus. Cette composition a l'avantage de faire représenter toutes les catégories d'acteurs selon la structure organisationnelle de Mintzberg (1989). Pour des échantillons réduits, cette méthode donne d'aussi bons résultats qu'une méthode probabiliste (Thiéart, 2003).

Le cadre de notre étude porte sur les compagnies d'assurance vie qui opèrent sous forme de personnes morales et en particulier Prudential Beneficial Life Insurance S.A. Rappelant que nous nous trouvons au sein d'un embranchement décentralisé de la compagnie. Nous nous sommes appesantis sur les observations en ce qui concerne le comportement de la population face au produit d'assurance, la commercialisation des produits de l'assurance vie au sein de cette agence. Cette enquête est faite au sein de l'agence de N'Gaoundéré, particulièrement auprès des clients rattachés à cette agence et étendue aux clients de la compagnie en général.

Les données sont collectées par entretiens semi-directifs à l'aide d'un guide construit autour des différents produits proposées par Prudential Beneficial Life Insurance Cameroun. Au total, 51 entretiens, d'une durée moyenne de 30 minutes chacun, ont été menés durant la période de Février à Mars 2023. Les entretiens ont eu lieu sur les sites de travail des individus, et parfois en dehors de leurs services. Ils ont été complétés par des échanges informels avec le chercheur lors de ses passages sur le terrain. Les clients, dans l'ensemble se sont montrés réticents pour l'enregistrement des discours et, ont plus opté pour les échanges verbaux accompagnés de prises de notes rapides.

Bien que la prise de notes génère un travail lourd et fastidieux, les entretiens nous permettent de collecter les informations. Cette démarche nous plonge d'emblée dans l'analyse qui est essentiellement basée sur une logique interprétative des verbatims (Sanséau, 2015). La recherche qualitative est utilisée lorsque l'on en sait peu sur un sujet ou un phénomène et que l'on veut en découvrir et en apprendre davantage. Il est couramment utilisé pour comprendre les expériences des gens et pour exprimer leurs points de vue. Les chercheurs qui préconisent une recherche mixte soutiennent qu'il est important d'utiliser à la fois les méthodes exploratoires et de confirmation (Johnson & Onwuegbuzie, 2004).

2-3. Analyse des données

Elle s'est faite selon la méthode de l'analyse de contenu thématique qui nous permet de découper les informations brutes par thèmes et selon l'importance de ces thèmes. Cette pratique nous permet de nous focaliser plus sur le sens des informations collectées et d'interpréter.

Nous adoptons une démarche qualitative comprenant : l'observation, les échanges avec les dirigeants de l'entreprise et ses clients, la comparaison des documents internes de l'entreprise. Son but est de comprendre l'importance de l'assurance vie sur la sécurité sociale d'un assuré. La méthode SWOT a pour objectif d'obtenir une vision d'ensemble d'une situation actuelle, d'un secteur, d'une organisation. Elle permet de réaliser un diagnostic stratégique comprenant : forces, faiblesse, opportunités et menaces.

3. Résultats et discussions

3-1. L'impact du modèle sur la commercialisation des produits de Prudential Beneficial Life Insurance

La méthode SWOT joue un rôle très important dans la commercialisation des produits, bonne organisation et fonctionnement de la compagnie. Elle permet d'évaluer la structure de gouvernance en place au sein de Prudential Beneficial Life Insurance mais aussi définit le niveau d'engagement. Cette méthode permet également d'évaluer et de maîtriser vos objectifs. Elle permet de réaliser un diagnostic stratégique comprenant : forces, faiblesse, opportunités et menaces.

- ❖ L'analyse externe de l'environnement consiste à étudier les opportunités et les menaces.
- ✓ **Les opportunités** : sont les éléments du contexte qui contribuent à faciliter et aident à la réalisation de la mission/vision institutionnelle ou du projet.
- ✓ **Les menaces** : sont les éléments du contexte qui font obstacle à la réalisation de la mission/vision institutionnelle ou du projet. Il s'agit

d'un problème posé par une tendance défavorable ou une perturbation de l'environnement qui en l'absence d'une réponse de l'organisation, conduirait à une détérioration la position de l'entreprise.

- ❖ L'analyse interne consiste à étudier les forces et les faiblesses.
- ✓ **Les forces** permettent de visualiser rapidement l'adéquation (ou l'inadéquation) d'une stratégie à une problématique. C'est la confrontation entre les résultats des diagnostics externe et interne qui permet de formuler des options stratégiques.
- ✓ **Les faiblesses** sont représentées par la distinction entre ce qui est interne et ce qui est externe n'est pas toujours évident. La justesse des résultats dépend de la justesse de l'analyse sur le court, moyen et long terme, et de la conscience que l'environnement interne ou externe peut rapidement changer, ce qui nécessite de mettre à jour régulièrement la matrice SWOT

3-2. Les résultats de la méthode de recherche qualitative (SWOT)

Les problèmes associés au développement de l'assurance vie classique au Cameroun sont de plusieurs ordres (Globaux et techniques).

Pour le premier ordre, nous avons les problèmes liés à l'environnement social. Ce sont des préjugés d'ordres socioculturels et religieux d'une part (à titre d'exemple, de nombreuses dispositions de l'assurance vie classique sont interdites par la charia alors que la moitié de la population de la zone est musulmane) et de la saine concurrence des systèmes d'assurance vie informels d'autre part (à titre d'exemple, on peut souligner l'importance des tontines dans la zone).

Le second ordre relève du contexte économique. Parmi les freins d'ordre économique, on retient essentiellement de revenus faibles et fluctuants des populations (les activités des ménages relèvent des secteurs primaire, secondaire et tertiaire), leurs comportements économiques souvent dictés par des normes sociales et ethniques (la rationalité affective et prudente de l'agent économique africain diffère de la rationalité orthodoxe de l'Homo economicus) et l'absence de climat de confiance (qui émane des autorités et des pouvoirs politiques).

Le troisième ordre concerne les caractéristiques du marché de l'assurance vie, à ce niveau, les difficultés sont directement liées à l'offre, et plus précisément à l'inadéquation entre l'offre (généralement d'inspiration occidentale) et le contexte socioéconomique (propre aux pays d'Afrique subsaharienne francophone). Dans cette classe de problèmes, on inclut également la carence de personnel qualifié, le manque de données fiables et pertinentes et les limites en termes d'outils techniques.

Les causes principales de ces problèmes sont l'escroquerie à l'assurance (inhérente aux assureurs, à leurs partenaires ou aux assurés), l'insuffisante couverture de certains risques (à titre d'exemple, le risque de mortalité est souvent mal évalué) et l'absence de couverture pour la plus grande partie de la population [selon FANAF (2023), près de 14 % de la population camerounaise sont couvertes par l'assurance vie classique, cette forme d'assurance se limitant souvent au personnel du secteur formel, d'entreprises privées ou d'administrations].

3-3. Conditions de mise en œuvre (réorganisation de l'entreprise, acquisition de matériel, formation du personnel)

S'agissant des conditions de mise en œuvre, Prudential Beneficial Life Insurance doit réorganiser l'entreprise en instaurant le service de réception et recruter le personnel correspondant ; l'acquisition des matériels et doit d'une part former son personnel sur les conditions de formation du contrat d'assurance.

Plusieurs entreprises affirment que si la fonction RH dans la majorité des cas est concentrée sur la gestion des compétences individuelles dans une perspective d'alignement stratégique, plusieurs tentatives démontrent le besoin d'investir des dimensions supplémentaires des compétences (collective, stratégique, de réseaux) traduisant ainsi la volonté des directions d'entreprise de mieux gérer leurs actifs intellectuels et organisationnels. Remettre la fonction RH en phase active sur les autres facettes de la compétence suppose qu'elle soit capable d'investir les champs managériaux, organisationnels et les choix d'investissement, sans délaisser pour autant son propre domaine, et ceci afin d'accroître significativement la performance de la gestion des compétences en relation avec la stratégie. Dans cette perspective, un rôle plus proactif de la fonction peut être envisagé de la façon suivante.

3.3.1. Réorganisation de l'entreprise

Le cadre organisationnel aide l'entreprise à intégrer la commercialisation dans ses activités et ses fonctions significatives. Son efficacité en dépend notamment dans la prise de décisions. Les fonctions dirigeantes de l'entreprise doivent donc être pleinement impliquées. Le déploiement du cadre organisationnel réunit l'intégration, la conception, la mise en œuvre, l'évaluation et l'amélioration des processus de commercialisation des produits au sein de l'entreprise.

Au plan managérial, cela signifie qu'elle active le développement de compétences via des leviers de coopération entre les collaborateurs, la production, le partage et le transfert de savoir et de savoir-faire. Concrètement, il s'agit de favoriser les pratiques de retour d'expériences ou d'analyse de

pratiques, les modalités formelles et informelles de partage des connaissances via les communautés de pratique ou autres modalités de travail collaboratif.

Au plan organisationnel, la fonction RH doit investir, plus qu'elle ne le fait actuellement sur les choix d'organisation et des conditions de travail en apportant son expertise sur les conséquences des options envisagées en intégrant les dimensions individuelles et collectives. Des capacités englobent des politiques internes, les conventions, les procédures et les cadres qui permettent de rassembler les capacités individuelles en vue de collaborer et d'atteindre des objectifs.

Au plan du choix des investissements, montrer les effets alternatifs en termes de ressources technologiques à mobiliser lors d'hypothèses d'automatisation, ou lors d'élaboration des scénarios d'externalisation (en termes d'impacts sur le portefeuille des compétences critiques ou d'interface ou le temps d'acquisition de nouvelles compétences).

Au plan de la fonction ressources humaines, il s'agit de revisiter les politiques et processus RH pour vérifier leur contribution à la création et au développement des « Bonnes pratiques de gouvernance des pôles de compétitivités » précitée.

- ❖ **Intégration** : pour qu'un système de commercialisation de l'assurance vie comme facteur de sécurité sociale puisse être instauré avec succès, il est nécessaire de comprendre la structure exacte de l'entreprise. La direction définit ensuite une stratégie et attribue des responsabilités.
- ✓ L'élaboration d'un plan (calendrier, ressources) ;
- ✓ L'identification des chaînes de décision (où, quand, comment, par qui) ;
- ✓ La modification éventuelle de processus existants ;
- ✓ La vérification que l'ensemble des dispositions à l'œuvre est compris et appliqué.
- ❖ **Conception** : la conception d'un système de commercialisation de l'assurance vie tient compte de facteurs internes et externes. Dans un document écrit, la direction de l'entreprise s'engage à gérer les risques et à expliquer sa stratégie et la répartition des rôles ;
- ✓ Analyser le contexte interne (sens et valeurs de l'entreprise, stratégie, ressources...) et externe (facteurs sociaux, relations contractuelles, dépendances...) ;
- ✓ Définir l'engagement en matière de l'assurance-vie (culture d'entreprise, responsabilités, indicateurs de performance, ...) ;
- ✓ Affecter les ressources nécessaires (personnels, systèmes de gestion, formation...) ;
- ✓ Consulter et communiquer avec les publics ciblés pour soutenir le cadre organisationnel.

- ❖ **Implémentation** : l'implémentation d'un système de commercialisation dans une entreprise impose de procéder à des modifications des processus opérationnels. L'objectif est de faire accepter le système par tous les employés et de l'intégrer dans le quotidien de travail.
- ❖ **Évaluation** : afin de garantir l'efficacité sur le long terme, le système de commercialisation des produits de l'assurance vie doit être soumis à des contrôles réguliers. Dans ce cadre, les objectifs fixés sont comparés avec les résultats effectifs.
- ✓ La mesure de performance de ses indicateurs et des comportements attendus ;
- ✓ L'évaluation de la pertinence de son maintien « en l'état » vis-à-vis des objectifs ;
- ✓ L'amélioration du cadre organisationnel implique que l'entreprise le contrôle de manière continue, afin de l'adapter aux changements qui ne manqueront pas de survenir.
- ❖ **Amélioration** : les contrôles réguliers permettent également d'apporter des améliorations constantes. Le système de commercialisation de l'assurance vie comme facteur de sécurité sociale doit s'adapter de façon dynamique aux modifications de l'entreprise afin de gagner en efficacité au fil du temps.

3-3-2. Acquisition de matériel

Dans cette rubrique, nous constatons que c'est l'outil informatique qui est le bienvenu pour faciliter l'application de la méthode qualitative. Prudential bénéficial life insurance doit avoir une cellule informatique en son sein pour pouvoir manager un site internet, les pages officielles sur les réseaux sociaux, doter Prudential Beneficial Life Insurance des logiciels d'intelligence artificielle.

Au sein d'une structure comme Prudential Beneficial Life Insurance ou tout est quasi informatisé, on doit toujours se rassurer de la bonne qualité des appareils qui est un gage de fidélisation de la clientèle. Plus ils sont de mauvaise qualité, plus leurs lenteurs freinent le service (établissement du contrat d'assurance par exemple). En revanche, plus ils sont rapides et de bonne qualité, plus le service est bon et il en résulte la satisfaction des clients. Pour une bonne réussite de la méthode SWOT, Prudential Beneficial Life Insurance devrait penser à revoir la qualité de ses appareils compte tenue des attentes des clients.

D'un point de vue purement client : il est important de noter que, l'utilisation du numérique s'étend à toutes les tranches d'âge. Le nombre d'utilisateurs âgé ne cesse d'augmenter. La hausse des entrées en relation via

des canaux numériques est en forte augmentation, sans oublier la flexibilité des outils en termes d'aisance dans le transfert des fonds en compte bancaire pour des comptes mobiles money ou orange money et vice versa. Pour se rapprocher des clients, répondre à leurs exigences et faire face aux concurrents, Prudential Beneficial Life Insurance se doit d'offrir un service personnalisé avec des produits innovants et disponibles à tout moment.

3-3-3. Formation du personnel

Il est indispensable de former le personnel de Prudential Beneficial Life Insurance pour faciliter l'implémentation de la méthode SWOT. Cette formation doit être faite à cause des nouveaux concepts à appréhender, des nouvelles techniques de travail à maîtriser et à cause de la nouvelle dynamique à inculquer au personnel. La maîtrise des différents concepts, techniques de travail et d'une nouvelle dynamique par le personnel va favoriser une bonne collecte des informations, une bonne interprétation de celle-ci et enfin une bonne réaction proactive visant à adopter une bonne stratégie de commercialisation des produits dans le domaine de l'assurance vie. À cet effet, tout le personnel intervenant dans la procédure des assurances et de commercialisation doit suivre la formation. Il s'agit entre autres du personnel constituant l'équipe dirigeante et de ceux intervenant aux niveaux de différentes agences.

3-3-4. Recrutement du personnel

Le recrutement est un élément qui joue un rôle capital dans une entreprise. En effet, le succès de l'entreprise ne dépend pas uniquement des produits et service qu'elle offre, l'efficacité du personnel est un tout aussi essentiel. Le recrutement est un enjeu stratégique pour toute entreprise, le capital humain est essentiel.

Conclusion

Ce travail avait pour objectif d'examiner la contribution de l'assurance vie comme facteur de sécurité sociale. La zone de N'Gaoundéré a été notre cible afin de suggérer des mesures pouvant réduire les écarts existants dans les faits observés. Pour mener à bien cette étude et atteindre les objectifs visés, nous avons premièrement procédé à la clarification des concepts clés du sujet, puis nous avons poursuivi par une analyse théorique et empirique sur les assurances vie et la sécurité sociale dans notre cadre d'étude. Il ressort de cette étude que bien que l'entreprise dispose du capital social requis selon son statut juridique de société anonyme, de répondre à son management et financer son activité, le manque de notion de l'assurance-vie par sa clientèle et la durée de règlements des sinistres par les compagnies d'assurances sont encore pour elle un défi à relever et cela requière un bon système de fonctionnement.

L'approche qualitative adoptée nous a permis d'élucider le cadre pratique associant l'implémentation de l'approche SWOT dans l'entreprise.

C'est dans ce sillage que, nous avons proposé quelques perspectives pouvant permettre d'améliorer la commercialisation de l'assurance vie axée sur la sécurité sociale en ramenant Prudential Beneficial Life Insurance vers les normes prescrites par le code CIMA et parallèlement assuré la satisfaction de la clientèle et l'éloigner des sentions des autorités de contrôle des assurances. Toutefois, quelques recommandations ont été proposées autre autres :

Réadapter les produits d'assurances vie par rapport aux réalités traditionnelles et aux caractéristiques socio-culturelles des populations : la compagnie doit revoir sa gamme de produit afin de permettre à sa clientèle de reconnaître l'importance de se faire assurer et assurer sa famille.

L'amélioration de la suivie des dossiers sinistres et diversifier davantage les produits d'assurance vie : notamment grâce à l'innovation dans la bancassurance. Ce qui pourra entraîner une augmentation de la demande d'assurance par les populations qui sont plus proches des banques que des assurances.

Améliorer la culture de l'assurance auprès des populations et s'adapter à l'évolution du consommateur, Prudential Beneficial Life Insurance doit comprendre la façon dont les consommateurs ont évolué, la façon dont ils font leurs achats dans le monde connecté d'aujourd'hui, puis investir dans les canaux numériques pour répondre aux besoins des consommateurs à leurs conditions. Une étude quantitative pourra faire l'objet d'une recherche future dans le pays mais aussi dans la sous-région CEMAC.

Conflits d'intérêts : Les auteurs ne déclarent aucun conflit d'intérêts.

References:

1. Abdul-Fatawu, M., Logubayom, A. & Abonongo, J. (2019). Determinants of the demand for life insurance in the Northern Region of Ghana – A study of the Tamale Metropolis. *The Journal of Risk Management and Insurance*, 23(1): 52-69.
2. ASAC. (2020). Rapport marché camerounais des assurances exercice 2020, p40.
3. Baek, E. & DeVaney, S. A. (2005). Human capital, bequest motives, risk, and the purchase of life insurance. *Journal of Personal Finance*, 4(2): 62-84.
4. Beck, T. & Webb, I. (2003). Economic, Demographic and Institutional Determinants of Life Insurance Consumption across Countries, *The World Bank Economic Review*, 17(1): 51-88.

5. Cherkaoui, A. and Sanaa, H. (2016). "Eléments de Réflexion Sur Les Positionnements Epistémologiques et Méthodologiques En Sciences de Gestion » Par : Introduction : I. L'Objet et La Finalité de La Recherche En Science de Gestion 1. Qu'est- ce qu'un Objet de Recherche ?" *Revue Interdisciplinaire*, 1:1-17
6. Code CIMA (2006, 2016 et 2018). « Rapports du marché d'assurances de la CIMA. » 144 Pages, 145 pages, et 167 pages
7. Curak, M., Dzaja, I. and Pupur, S. (2013). The effect of social and demographic factor on life insurance demand in croatia, *International Journal of Business and Social Science*, 4(9).
8. Engel, J.F., Kollat, D.T. and Blackwell, R.D. (1968). Consumer Behavior. Holt, Rinehart & Winston, New York.
9. Evrard, Y., Pras, B. & Roux, E. (1997). Market-Etudes et recherches en marketing, 2ème Ed., Nathan, Paris.
10. FANAF. (2023). Le marché de l'Assurance en Afrique(les données 2017-2021), édition PLANTA, 98 Pages, Février 2023.
11. Gemmo, I. and Gotz, M. (2016). Life insurance and demographic change: an empirical analysis of surrender decisions based on panel data, international center for insurance regulation, Goethe Univesity Frankfurt, *Working paper*, series Number 24
12. Gnoufougou, D. (2021). « Effet de l'implication du consommateur sur le comportement d'achat de produits alimentaires biologiques : Rô les modérateurs de l'âge et du niveau du revenu », *Revue Internationale des Sciences de Gestion* « Volume 4 : Numéro 1 » pp : 125 -149
13. Hakansson, N. H. (1969). Optimal Investment, and Consumption Strategies Under Risk, An Uncertain Lifetime, and Insurance, in *International Economic Review*, 10: 443-466.
14. Hammond, J.D., Houston, B. D. and Melander. R. E. (1967). "Determinants of Household Life Insurance Premium Expenditures: An Empirical Investigation." *Journal of Risk and Insurance* vol. 34, 397-408.
15. Hau, A. (2020). Liquidity, estate liquidation, charitable motives and life insurance demand by retired singles. *The Journal of Risk and Insurance*, 67(1): 123-141.
16. Headen, R. S. and Lee, J. F. "Life Insurance Demand and Household Portfolio Behaviour." *Journal of Risk and Insurance* vol. 41 (1974): 685-698.
17. Heo, W., Grable, E. J. & Charterrjee, S. (2013). Life Insurance Consumption as a Function of Wealth Change, *Financial Services Review*, 22(4): 389-404.

18. Hwang, T. and Gao, S. "The Determinants of Demand for Life Insurance in an Emerging Economy-The case of China." *Managerial Finance* vol. 29 (2003): 82-96.
19. Johnson, R. B. and Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational Researcher*, 33, 14-26.
<http://dx.doi.org/10.3102/0013189X033007014>
20. Kjosevski, J. (2012). The determinants of life insurance demand in central and Southeastern Europe, *International Journal of Economics and Finance*, 4(3): 237–247.
21. Kurdys-Kujawaska, A. and Sompolska-Rzechula, A. (2019). Determinants of demand for life insurance: the example of farmers from north-west poland, *Research papers of wroclaw university of economics*, Volume 63, Number 7.
22. Lenten, L. J. A. and Rulli, D. N. (2006). "A Time-Series Analysis of the Demand for Life Insurance Companies in Australia: An Unobserved Components Approach." *Australian Journal of Management*, vol.31 (2006): 41-66.
23. Li D., Moshirian, F., Nguyen, P. & Wee, T. (2007). The demand for life insurance in OECD countries, *Journal of Risk & Insurance*, 74(3): 637-652.
24. Liebenberg, A. P., Carson, J. M. and Dumm, R. E. (2012). A dynamic analysis of the demand for life insurance. *The Journal of Risk and Insurance*, 79(3): 619–644.
25. Luciano, E., Outreville, J.F. and Rossi, M. (2016). Life Insurance Ownership by Italian Households: A Gender-Based Differences Analysis. *The Geneva Papers on Risk and Insurance - Issues and Practice*, 41(3): 468-490.
26. Mini, L. (2008). Factors influencing households' demand for life insurance, a thesis presented to the faculty of the graduate school at the university of missouri-columbia, in partial fulfillment of the requirements for the degree master of science.
27. Mintzberg, H. (1989). *Le management, Voyage au centre des organisations*. Les éditions d'Organisations, 1989.
28. Mossin, J. (1968). Aspects of Rational Insurance Purchasing, in *The Journal of Political Economy*, 76: 553-568.
29. Narradda, S.K., Lin, L. & Haq, I. (2016). Economic and demographic characteristics, social capital, and demand for life insurance: Evidence from Central Region of Sri Lanka. *Ecoforum*, 2(9): 74-82.
30. Novovic, B.M., Bacovic, M., Julija, C. and Lipovina, B.M. (2017). Factors influencing life insurance market development in Montenegro, *Periodica polytechnica social and management sciences*, 141–149.

31. Odemba, J. (2013). Factors affecting uptake of life insurance in Kenya, a research project submitted in partial fulfillment of the requirement for the award of the degree of master of business administration, school of business, university of Nairobi
32. Outreville, J. F. (2000). Déséquilibre, chocs ou tendances : quelle explication pour le cycle de l'assurance. Prédiction of long-term growth rates of larch clones by calorimetric measurement of metabolic heat rates. *Canadian Journal of Forest Research*, 19(5), 606-611.
33. Redzuan, H., Zuriah, A. R. & Aidid, S. (2009). Economic Determinants of Family Takaful Consumption: Evidence from Malaysia, *International Review of Business Research Papers*, 5(5): 193-211.
34. Romeyns, M. (2019). Sommes-nous tous indifférents face aux stratégies marketing des sites de vente en ligne Le cas des acheteurs impulsifs. Louvain School of Management, Université catholique de Louvain. Prom. : Olivier de Broqueville. <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:21003>
35. Sanseau, P. (2005). Les récits de vie comme stratégie d'accès au réel. *Recherches qualitatives*, 2(25), 33-57.
36. Sen, S. (2004). An Analysis of Life Insurance Demand Determinants for Selected Asian Economies and India." *Madras School Of Economics Working Paper* 36
37. Shiferaw, A. (2017). Factors affecting life insurance demand: a case study on Ethiopian insurance corporation, A Research Submitted to the School of Graduate Studies of Saint Merry University in Partial Fulfillment of Degree of Masters of General Business Administration.
38. Sibel, C. & Mustafa, M. K. (2009). Determinants of Demand for Life Insurance in European Countries. *Problems and Perspectives in Management*, 7 (3), 32-37.
39. Sossou, G. A. and Gbere, I. Y. (2013). La demande d'assurance vie dans un environnement de libéralisation financière : cas du Benin, Bureau international du travail.
40. Sze yin, G. (2015). Factors influencing life insurance consumption, A research project submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of Master of Business Administration, Universiti Tunku Abdul Rahman Faculty of Accountancy and Management.
41. Thietart, R. (2003). Méthode de recherche en management, 2ème Ed. Dunod.
42. Treerattanapun, A. (2011). The impact of culture on non-life insurance consumption. Paper presented at Wharton Research Scholars Project. The University of Pennsylvania.
1. http://www.eujournal.org?article=1078&context=wharton_research_scholars.

43. Truett, D. B., Lila, J. and Truett L. J. (1990). The Demand for Life Insurance in Mexico and the United States: A Comparative Study, *The Journal of Risk and Insurance*, Vol. 57, No. 2 (Jun., 1990), pp. 321-328 (8 pages)
44. Wang, H. (2010). Factors influencing consumers' life insurance purchasing decisions in china, a thesis submitted to the faculty of graduate studies of the university of manitoba in partial fulfillment of the requirements for the degree of master of science department of agribusiness and agricultural economics university of manitoba winnipeg, Manitoba.
45. Ward, D. & Zurbruegg, R. (2002). Law, Politics and Life Insurance Consumption in Asia, *Geneva Papers on Risk and Insurance*, 27 (3): 395-412.
46. Yaari, M. E. (1965). Uncertain Lifetime, Life Insurance, and the Theory of Consumer, *Review of Economic Studies*, 32: 132-150.
47. Yiing, J. L. & Yi, Y. G. (2012). Purchase Decision of Life Insurance Policies among Malaysians, *International Journal of Social Science and Humanity*, 2(5): 415- 20.
48. Yomba, N. (2022). Les spécificités de l'assurance-vie au Cameroun, africabusinessmag.com
49. <http://africabusinessmag.com>
50. Zietz, E. N. (2003). « An examination of the demand for life insurance », *Risk Management and Insurance Review*, 6(2): 159–191.

Annexe 1 : les questionnaires et entretiens :

Extraits des questionnaires et entretiens avec les clients

Les questionnaires :

- 1- Les questions sociodémographiques :
 - ✓ Dans quelle tranche d'âge vous situez vous ?
 - ✓ Ou vivez-vous ?
 - ✓ Quelle est votre profession ?
 - ✓ Quelle est votre niveau de salaire (annuel brut) actuel ?
- 2- Les questions sur les produits de l'entreprise ;
 - ✓ Qu'aimez-vous le plus dans nos produits et service ?
 - ✓ Quelle(s) fonction pourrions-nous rajouter pour l'améliorer ?
 - ✓ Utilisez-vous nos produits ?
 - ✓ Globalement, quelle note attribuez-vous à notre produit/service ?
- 3- D'autres questions utiles à poser :
 - ✓ Comment nous avez-vous ? (Un bon moyen de cibler les canaux d'acquisition efficaces pour votre croissance).

- ✓ Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la probabilité que vous recommandiez notre entreprise à un ami, un collègue ou à votre famille ?
- ✓ Comment évaluez-vous votre satisfaction vis-à-vis de la livraison de votre commande ?
- ✓ A combien évaluez-vous l'effort que vous avez dû fournir pour trouver le produit que vous recherchez sur notre site internet ?

Entretien 1 :

Moi : Bonjour monsieur ; puis-je vous avoir quelques minutes de votre temps ?

Client : oui pas de soucis

Moi : vous-avez déjà entendu parler et êtes-vous client de prudential beneficial life insurance ?

Client : oui mais client non

Moi : bien monsieur, qu'est-ce qui vous empêche de vous assurer et pouvoir même assurer votre famille ?

Client : Je n'ai pas confiance aux assureurs et ce de l'argent gaspillé en cas de sinistre ces derniers n'honorent pas leur engagement. En plus je ne suis pas encore près.

Moi : monsieur l'assurance vie est différent de l'assurance non vie et ce pas de l'argent gaspillé ; sa vous permet de vous couvrir contre les aléas de la vie et couvrir votre famille. Nos contrats visent deux objectifs à savoir la prévoyance et l'épargne et également nos contrats ont un caractère testamentaire.

Client : Ah bon, mais là je n'ai pas bien compris les objectifs de l'assurance vie alors ; tout de même je vais en parler avec ma femme avant.

Entretien 2

Moi : Bonjour Mme connaissez-vous la compagnie Prudential Beneficial life insurance?

Client : Oui je connais la compagnie Prudential Beneficial par ce que je suis client de Beneficial

Moi : D'accord depuis combien de temps déjà ?

Client : Je suis de la maison ça fait trois ans et deux mois

Moi : Bravo monsieur c'est à dire que vous êtes une ancienne cliente que pourriez-vous nous dire par rapport à la satisfaction des services dont vous bénéficiez de la part de ma compagnie ?

Client : Ah satisfaction je dirais je ne suis pas vraiment satisfaite de ce que Beneficial fait pour moi par ce que déjà de un, depuis mon changement de contact que j'ai effectué chez vous, je n'ai plus de signe de messages ou

d'échange messagerie avec vous comme c'était dans le passé pour me dire au moins que ma police a un an c'est juste que j'ai fait ça à l'anniversaire de mon fils c'est la raison pour laquelle je me souviens exactement du temps que ça déjà fait car c'est l'âge de mon fils donc c'est mon frère qui m'a un peu obligé à m'inscrire et quand je l'ai fait j'avais des messages c'était quand même continuel mais depuis là vous n'êtes plus très sérieux ce qui ne me réjouit pas beaucoup.

Moi : D'accord monsieur s'il vous plait que pensez-vous ou alors qu'aimeriez-vous que Prudential mette sur pied pour davantage accroître votre satisfaction ?

Client : Pour que je me sente vraiment plus satisfait j'aimerais que Prudential nous fasse effectivement comprendre les avantages dont nous bénéficions dans nos contrats cela même après un certain temps par ce qu'il est dit dans mon contrat que je peux bénéficier des avantages liés à un souci d'accident léger. Il y a environ 6mois j'ai fait un accident de moto et quand j'ai appelé l'agent qui m'a enregistré, c'est-à-dire mon petit cousin, il n'était pas là-bas mais il m'a donné le numéro d'un de vos agents que j'ai appelés et il m'a fait comprendre qu'ils doivent faire le constat, que je dois signer tel papier je dois monter il m'a tellement atomisé avec une paperasse administrative que je ne savais plus comment jouir de l'avantage de mon contrat. Ce sont des choses que vous ne nous dites pas par ce que vous voyez que j'ai un sinistre mais il n'est pas géré par ce que je suis contrainte de faire une paperasse interminable pour rentrer en possession de mon dû. Et laissez-moi vous dire que malgré cela, j'ai dit ok je vais quand même faire ces papiers là quand je suis arrivée une fois à douala je fais ces papiers jusqu'à présent je n'ai pas encore perçu l'argent qu'ils sont censés me donner, on m'a dit c'est en traitement.

Annexe 2. Structure synthétique de l'échantillon

Année de création	1994
Secteur d'activité	Assurance (différents produits)
Lieu de collecte	N'Gaoundéré (Ville de mixité par excellence)
Nombre d'entretiens réalisés	51
Période d'investigation	Février et Mars 2023