

## **Chapitre II : LE RÉSEAU DE DISTRIBUTION ET L'ENVIRONNEMENT DE LA COMPAGNIE ARO**

Sous la conduite, l'animation, le suivi et le contrôle de la direction commerciale, la distribution des produits est confiée à des personnes dont les statuts diffèrent d'une catégorie à l'autre. A cet égard, on distingue deux réseaux principaux de vente : le réseau vente directe et le réseau de vente indirecte.

### **Section I : LA VENTE DIRECTE**

La vente directe se définit comme la vente effectuée par la compagnie ou par l'intermédiaire de ses agents salariés. Elle est assurée par :

- les directions régionales et leurs bureaux directs ;
- l'agence régionale.

#### **§ 1-Les directions régionales (DR)**

Ce sont des unités technico-commerciales dotées de pouvoirs émanant du siège tant du point de vue technique que financier notamment :

- le pouvoir technique de prospection des risques ;
- le pouvoir technique de transformation des contrats ;
- le pouvoir de régler des sinistres.

Plus précisément, cela signifie que les directions régionales sont chargées de réaliser le contrat à savoir :

- contacter les clients ;
- signer avec lui les contrats d'assurances ;
- connaître les clauses ainsi que les exclusions du contrat à respecter ;
- encaisser les primes d'assurances ;
- gérer les dossiers des clients.

En plus, elles doivent instruire des dossiers en cas de sinistre ou accident survenu à ses clients aux fins des règlements. En tant que patrimoines de la compagnie, les charges de fonctionnement qui y sont engagées sont supportées par le siège. Par conséquent, les salariés des DR font partie des membres du personnel payé par ARO. La compagnie compte sept (7) directions régionales actuellement.

Tableau n°2 : Les directions régionales de ARO

<b>DIRECTIONS RÉGIONALES</b>	<b>CODE AGENCE</b>
Antsirabe	70
Fianarantsoa	50
Mahajanga	40
Morondava	36
Sambava	53
Toamasina	61
Toliara	32

*Source* : ARO, présentation générale de la compagnie, 2008

Dans tous les cas, les directions régionales (DR) doivent toujours se référer au siège en cas de problèmes rencontrés qui dépassent leurs pouvoirs. Il y a aussi les agences qui sont installées dans la capitale Antananarivo. Elles ont le même rang que les directions régionales. Egalement, elles bénéficient de pouvoirs (techniques et financiers) qui leur sont délégués par le siège.

Le tableau n°3 ci-dessous nous détaille la liste des agences installées dans la capitale.

Tableau n°3 : Les agences à Antananarivo

<b>Agence</b>	<b>Code agence</b>
- L'agence d'Antsahavola	11
- L'ATOP (appui technique des organismes publics)	
- L'agence d'Ampefiloha	<b>18</b>
- L'agence d'Ankorondrano	81
- L'agence de l'avenue de l'indépendance Antananarivo	16

*Source* : ARO, Présentation générale de la compagnie, 2008

## **§ 2-Les agences régionales (AR)**

Elles sont aussi des unités technico-commerciales mais de moindre taille par rapport aux directions régionales dont d'ailleurs elles dépendent. Tout étant un patrimoine de la compagnie comme le cas de la direction régionale, les dépenses de fonctionnements engagées sont prises en charge par ARO. Le personnel des agences régionales est donc personnel de ARO. En général, elles sont rattachées à

la direction régionale et bénéficient comme cette dernière du pouvoir technique de transformation des contrats. Les règlements de sinistre ne leur sont pas délégués sauf en règlement de sinistre maladie de la personne pour les agences régionales hors de la périphérie de la direction régionale de son rattachement. Actuellement, ils sont au nombre de sept (7) dans toute l'île :

Tableau n°4 : Les bureaux régionaux de ARO

Agences régionales	Code agence
Ambatondrazaka	14
Farafangana	41
Manakara	41
Ambanja	58
Nosy-Be	59
Fort-Dauphin	35
Antalaha	05

*Source* : ARO, *Présentation générale de la compagnie, 2008*

## **Section II : LA VENTE INDIRECTE**

La vente indirecte est la vente effectuée par des intermédiaires non salariés de la compagnie ARO mais rémunérés par des commissions dont le taux varie en fonction de l'étendue de leurs missions.

### **§ 1- Les agences**

Ce sont des personnes morales rétribuées par commission. Leurs statuts varient d'une agence à une autre. Certaines peuvent relever d'une direction régionale ; d'autres dépendent directement de la direction commerciale. Les uns sont liés par un « compromis de nomination », d'autres non. Mais en tout état de cause, leurs taux de commissions varient en fonction de leur mission. A cet égard, une agence dont le rôle exclusif est la réalisation de contrats ne touche qu'une commission d'apport ; celle qui transforme les contrats reçoit en plus de la commission d'apport une commission de gestion. Pour les agences, les assurances ne constituent qu'une activité accessoire ; les agences peuvent aussi avoir des sous-agences.

## **§ 2- Les apporteurs simples (courtiers)**

Les courtiers sont des personnes physiques ou morales dont la mission exclusive est d'apporter des affaires. Ils reçoivent en contrepartie une commission d'apport. Les directions régionales, les agences régionales, et les agences d'Antananarivo possèdent deux catégories d'apporteurs :

- les apporteurs internes à la direction commerciale c'est-à-dire le personnel de la compagnie ; il faut signaler que tout le personnel de ARO peut vendre des produits d'assurances moyennant commission. Il leur est attribué à cet effet un code courtier.

- les apporteurs externes en l'occurrence des sous agences rattachées à la direction commerciale et qui ne sont pas des salariés de la compagnie ; ils travaillent pour le compte de ARO et sont rémunérés par des commissions en fonction des affaires réalisées. Les dépenses engagées par les courtiers externes dans le fonctionnement de leurs agences ne sont pas prises en charges ; ils agissent pour leur propre compte.

## **§ 3- Les agences générales**

Elles sont liées à la compagnie par une « traite de nomination » qui délimite les droits et obligations des deux parties. Classées dans la catégorie des apporteurs gestionnaires complet, elles ont des pouvoirs étendus puisqu'elles transforment la plupart des contrats, encaissent toutes les primes, règlent les sinistres courants et ce conformément aux notes techniques édictées par la compagnie.

ARO compte actuellement 7 agences générales :

- l'assurance France Madagascar, (AFM) ;
- la société malgache d'assurance (SMA) ;
- la société H.FRAISE ;
- le cabinet H. DE BRUGADA fils & Cie ;
- le cabinet mitsinjo ;
- la société AUXIMAD ;
- l'établissement Ramanandraibe export.

## **Section III : LE FONCTIONNEMENT D'UNE ENTREPRISE D'ASSURANCE**

### **§ 1- Les recettes**

Quelle que soit la forme d'une entreprise d'assurance, celle-ci encaisse des primes ou des cotisations sociales versées par l'ensemble des assurés. Le montant

de ces primes est fonction du risque à assurer, des données statistiques le concernant, de l'offre de l'entreprise. Mais il existe des risques pour lesquels les tarifs applicables sont uniformisés par des accords tarifaires conclus entre les compagnies d'assurances : il s'agit des risques maritimes, incendie et automobile.

## § 2- Les dépenses

Celles-ci consistent au règlement des sinistres, des frais généraux inhérents au fonctionnement de l'entreprise et des impôts. Les frais généraux comprennent essentiellement le frais de gestion (ou dépenses de fonctionnement : loyers, salaire du personnel, frais d'expertise,...) et les commissions attribuées aux intermédiaires (agents et courtiers).

## Section IV : ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT DE LA COMPAGNIE ARO

### § 1- Environnement externe de la compagnie

#### A- SECTEUR ASSURANCE

C'est la loi organique n°99013 du 02/8/99 qui régit les entreprises d'assurances opérant à Madagascar.

Elle concerne :

- les opérations d'assurances, les entreprises d'assurances, le contrôle de l'Etat et le cadre institutionnel, les professions des courtiers et les agents ou représentant.
- le secteur d'assurance à Madagascar se caractérise par une offre proposée de quatre (4) compagnies et deux (2) mutuelles d'assurance.

*Tableau n°5 : Le secteur d'assurance à Madagascar*

Compagnie d'assurance	Mutuelle d'assurance
- La compagnie ARO (la préservatrice en 1937 puis ARO en 1974)	- La mutuelle d'assurance malagasy MAMA dès le 27 décembre 1967
- La compagnie d'assurance NY HAVANA (dès 11 octobre 1968)	- La mutuelle Générale d'assurance Malagasy AVOTRA dès le 17 février 1970
- La compagnie française AGF (2007)	
- La compagnie suisse COLINA (2007)	

*Source : par nos propres soins, 2009*

## **B-CONCURRENTS**

Les concurrents s'installent dans le secteur d'assurance. Le secteur d'assurance est en pleine mutation avec l'entrée en lice de deux compagnies étrangères. La concurrence se met au profit des consommateurs. La libération se généralise dans divers secteurs économiques ; deux nouvelles compagnies d'assurances étrangères viennent de s'implanter à Madagascar. L'agence générale de France (AGF) et le groupe COLINA, un consortium franco-suisse, viennent renforcer les deux compagnies nationales NY HAVANA et ARO.

Les deux sociétés ont obtenu et reçu leur agrément en janvier 2006 ; dès lors, elles sont opérationnelles. Cette nouvelle entraîne la quiétude et la sérénité au sein des deux compagnies nationales NY HAVANA et ARO. La concurrence devient plus palpable et exige une remise à nouveau des services de la part des sociétés malgaches.

### **Tableau n°6 : Les concurrents de ARO**

Concurrents directs	Concurrents indirects
<ul style="list-style-type: none"><li>- La compagnie NY HAVANA</li><li>- La compagnie Française AGF</li><li>- Le groupe COLINA (consortium franco-suisse)</li><li>- Les deux mutuelles : MAMA et AVOTRA</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Les banques</li><li>- Les institutions d'épargne</li><li>- Les institutions financières</li></ul>

*Source : par nos propres soins, 2009*

## **§ 2-Environnement interne de ARO**

### **A- SUR LE PLAN COMMERCIAL**

#### **a)- Amélioration constante du service**

L'accroissement de la satisfaction des clients afin de les fidéliser figure parmi les principaux objectifs de la compagnie. Le rôle de conseiller auprès des clients a été renforcé, les visites ont été multiplié surtout auprès des clients jugés stratégiques. Parmi les actions visant à accroître le chiffre d'affaires se classe la réactualisation des contrats. Les actions menées dans ce sens répondent à un double objectif : conseiller le client pour une meilleure couverture en assurance et développer le chiffre d'affaires.

### **b)- Dynamisation des forces de vente**

Le suivi de performance du réseau a été amélioré à travers la mise en œuvre de plusieurs actions dont la normalisation des fonctionnements administratifs, financiers, et du système d'information. L'assistance aux points de vente, notamment aux suivis des actions de recouvrements, a été renforcée.

## **B- SUR LE PLAN TECHNIQUE**

Mettre sur le marché des produits compétitifs et innovants.

### **a)- Assurance directe**

La compagnie a entrepris plusieurs actions pour soutenir le commercial ; des formations techniques ont été dispensées à plusieurs collaborations dont les chefs de points de vente pour le renforcement de capacité. Au niveau de produit, une étude analytique des produits existants a été initiée pour mieux cadrer les offres avec les besoins des clients. Certains produits ont fait l'objet d'une amélioration tant au niveau des garanties qu'au niveau de la tarification.

### **b)- Réassurances**

Le développement de l'activité « acceptation en réassurances » figure parmi les axes stratégiques de la compagnie depuis 2005. Au niveau réassurance cession, ARO a fait un effort pour réduire le frontin à 100% en facultative en utilisant sa capacité de rétention.

## **C- SUR LE PLAN FINANCIER ET PLACEMENT**

Concernant les activités financières de la compagnie, la réduction des arrières des primes et l'optimisation des transferts de fonds au siège ont permis d'augmenter la masse des placements dont plus de 144,777 milliards Ar en 2008<sup>1</sup>. La sécurisation et la valorisation du patrimoine de la compagnie ont été améliorées. Certains titres de propriété sont en cours de régularisation, des travaux d'aménagement ont été engagés et les contrats de couverture en assurance du patrimoine réactualisés.

## **D-SUR LE PLAN SOCIAL**

Au niveau ressources humaines, la gestion courante (paie, prêt, congés, carrières,...) a été entièrement informatisé. Le système d'évaluation de performance a été amélioré avec la conception d'une nouvelle fiche de notation.

---

<sup>1</sup> Source : rapport administratif ARO, 2008

Sur le plan social, l'implication du personnel aux diverses manifestations organisées par la compagnie a renforcé la cohésion et l'esprit d'appartenance. On cite entre autres les festivités de fin d'année, le reboisement,...

Sur le plan sportif, les infrastructures ont été améliorée avec l'ouverture d'un centre de mise en forme à Antsahavola et la réhabilitation du centre sportif d'Ankadimbahoaka.