

STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS D'ASSURANCE TAKAFUL EN FRANCE

La Finance Participative mise au service des assureurs

UNE ÉTUDE POUR

Connaître en détail le fonctionnement de la Finance Islamique et du Takaful

Analyser les facteurs de succès et les opportunités de développement de produits Takaful en France

Bénéficier de trois modèles stratégiques concrets de création de produits Takaful sur le marché français

POURQUOI ET COMMENT DÉVELOPPER UN PRODUIT D'ASSURANCE TAKAFUL ?

UNE INDUSTRIE MONDIALISÉE QUI CROÎT DE 30% PAR AN

En 10 ans, avec 2 000 milliards de dollars d'encours, la Finance Islamique s'est hissée au 13^{ème} rang mondial des classes d'actifs les plus utilisés.

Partie assurancielle de la Finance Islamique, le Takaful propose un panel complet d'offres comprenant les produits d'assurance Vie (épargne, assurance étude...), ceux de la Non Vie (automobile, habitation...), ou encore les offres bancaires (crédit immobilier, produits d'investissement...) qui constituent pour les compagnies matures de nouveaux débouchés.

UN ENGOUEMENT EUROPÉEN

D'une offre à la fois mutualiste et communautaire, le Takaful évolue vers un concept englobant valeurs humanistes et raisonnements économiques. En Europe, le Takaful a rencontré une forte demande et a su trouver son marché là où il s'est allié aux assureurs mutualistes.

L'AVÈNEMENT DE LA FINANCE PARTICIPATIVE

Le Takaful est en train de muter vers le concept de Finance Participative qui est le reflet d'aspirations éthiques et d'investissements dans des activités économiques tangibles. En devenant « participative » cette assurance se veut résolument mutualiste, socialement responsable et non exclusivement communautariste.

LE TAKAFUL : UN ATOUT POUR LES ASSUREURS FRANÇAIS

A ce jour, sur le marché français, l'offre Takaful est en construction en assurance Vie. Si les compétences opérationnelles et les capacités d'encadrement existent et sont facilement mobilisables, la demande est aujourd'hui en attente. Des pans entiers de la cible se disent prêts à souscrire à une offre de qualité. Les associations communautaires, les particuliers, les entreprises, les déçus ou les réfractaires de la finance traditionnelle peuvent trouver dans la mise en place de ces offres une solution à leurs besoins.

TROIS MODÈLES STRATÉGIQUES GAGNANTS

Les leçons tirées des échecs et des réussites des positionnements de produits Takaful en Europe ont permis de présenter de manière très opérationnelle trois modèles de développement stratégique sur le marché français : l'intégration associative, l'intégration géographique et l'intégration financière.

3,5 milliards

D'EUROS : LE CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL POTENTIEL DU TAKAFUL EN FRANCE

Source : Les Echos Etudes

» UNE ÉTUDE DE RÉFÉRENCE POUR CONNAÎTRE :

- L'offre existante en France et en Europe via de nombreux business cases
- La demande sous-jacente : son poids économique, les segments clients exploitables
- Les chiffres d'affaires potentiels du Takaful par segments produits sur le marché français
- Les trois stratégies gagnantes d'intégration du Takaful en France

» UNE EXPERTISE POINTUE, UNE VISION TERRAIN :

Formé à McGill University et à l'Université Paris Dauphine, l'auteur est spécialiste du développement international des compagnies d'assurance. Il suit le marché du Takaful depuis 10 ans, intervient dans différents colloques spécialisés et son expertise est reconnue internationalement.

L'ÉTUDE DE RÉFÉRENCE SUR LE TAKAFUL

01. DE LA FINANCE ISLAMIQUE AU TAKAFUL

- Aux sources de la Finance Islamique
 - De l'algèbre à la Finance Islamique
 - Les origines de la Finance Islamique
- Organisation de la Finance Islamique
 - Mondiale : les organismes de référence
 - Locale : les Charia Boards
 - Interne : la gestion des Risques en Finance Islamique
- Géographie du succès de la Finance Islamique
 - Représentativité de la Finance Islamique dans le système financier mondial
 - Une présence localisée et limitée
 - La Finance Islamique a-t-elle mieux résistée à la crise de 2007 que ses consœurs ?
- Principe et définition du Takaful
 - Structure organisationnelle du Takaful
 - Choix de la structure juridique
 - De la mutualité aux sociétés commerciales
 - Forme juridique et incidence sur les fonds réglementaires
 - Réalités du marché mondial du Takaful

02. LA FINANCE ISLAMIQUE ET LE TAKAFUL PEUVENT-ILS CONNAÎTRE LE SUCCÈS EN EUROPE ?

- L'avantage compétitif des politiques européennes en Finance Islamique
 - Une forte demande apparente
 - Une relative perméabilité de la clientèle au concept de Finance Islamique
 - Des législations européennes très accueillantes
 - L'adaptation de l'offre Takaful à Solvabilité 2
 - Business cases : les échecs et réussites connus
 - Business Case Interview Success : un groupe allemand commercialisant des produits Takaful aux pays musulmans
- Enseignement des succès des sociétés d'assurance Takaful
 - Evolution des grands éléments comptables d'une société Takaful

03. QUELLES OPPORTUNITÉS POUR LE TAKAFUL EN FRANCE ?

- Les organismes d'Etat
- L'offre d'enseignement
- Les organismes de Charia connus
- Les offres du marché français
- La cible
- Les segments de marché disponibles

04. LES STRATÉGIES DE POSITIONNEMENT

- L'intégration associative :
 - Création, par le biais d'une association, d'un label « Takaful compatible » dans le cadre de l'ISR ou de la Mutualité
- L'intégration géographique : une offre européenne
 - Diffusion de produits Takaful sur le continent européen afin de diversifier les risques et éviter l'aléa moral
- L'intégration financière
 - Présentation dans le panel des investissements financiers possibles des produits Takaful sous le label « Finance Participative »

LES DERNIÈRES ÉTUDES DU SECTEUR

LA GÉNÉRATION Y DANS L'ASSURANCE

Les stratégies pour capter la demande de demain
Avril 2015

LA RELATION CLIENT DANS LA BANQUE

Les nouvelles stratégies et organisations face aux attentes des clients
Janvier 2015

DIGITALISATION DES BANQUES

Et les enjeux d'une nécessaire réorganisation des réseaux
Juin 2014



Hector TOUBON

Responsable du pôle
Banque - Assurance -
Finance

htoubon@lesechos.fr

Tél. : 01 49 53 66 03

Retrouvez-la sur
LinkedIn et Twitter



Vous souhaitez disposer d'une étude,
d'une analyse personnalisée ou d'une
présentation orale de cette étude auprès
de vos équipes ?

Hector Toubon est votre interlocuteur !

COMMANDE DE L'ÉTUDE STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS D'ASSURANCE TAKAFUL EN FRANCE

Version PDF - A1501A :

- Pour 1 utilisateur
3 150 € HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs
4 095 € HT - 4 320,23 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs
4 725 € HT - 4 984,88 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs : Nous contacter
- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 315 € HT
(TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.
Nombre d'exemplaires : _____*

Version papier - A15001

- 2 950 € HT - 3 112,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible
seulement avec l'achat de l'étude.

Code mailing : J227INTEI

Personne à contacter pour l'envoi des licences et/ou papier

Nom : _____ Prénom : _____
Fonction : _____ Société : _____
Adresse : _____
Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____
Adresse : _____
Contact : _____

Règlement :

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47
Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Business
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

Les EchosÉTUDES

Service Clients - 16 rue du Quatre Septembre - 75002 Paris
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR