



MALAYAN INSURANCE, PHILIPPINES — ASSURER UN MEILLEUR AVENIR POUR LES FEMMES

1. INTRODUCTION

Établie aux Philippines en 1930, *Malayan Insurance Company* (connue sous le nom de MICO), qui fait partie du groupe Yuchengco, est le plus grand assureur dommages du pays. En 2018, l'entreprise s'est associée à la Société financière internationale (IFI), avec le soutien de l'Initiative de financement des femmes entrepreneurs (We-Fi), pour mettre au point une stratégie visant à devenir l'assureur dommages de choix des femmes philippines.

En 2019, ce partenariat a donné naissance au programme *WeWomen*, qui a conçu les Solutions Stela, un ensemble innovant de solutions d'assurance pour les femmes couvrant les accidents personnels, les biens, les entreprises et les véhicules, avec des services à valeur ajoutée, adaptés aux besoins des femmes. Pour promouvoir et vendre les polices d'assurance et gérer les demandes d'indemnisation pour les Solutions Stela, *WeWomen* dispose d'un site Web, qui propose également des articles et des programmes sur l'assurance et d'autres sujets pertinents. En plus de collaborer à des programmes

Encadré 1. MICO EN BREF

- Sur la base des primes émises brutes (PEB) de MICO, qui ont totalisé environ 296 millions de dollars en 2020, la société est le plus grand assureur dommages des Philippines.
- En 2020, les femmes représentaient 52 % des effectifs de MICO, 33 % de ses cadres supérieurs et environ un tiers de son conseil d'administration, qui est présidé par une femme.
- En décembre 2020, les femmes représentaient environ 43 % des PEB de MICO et 56 % de la main-d'œuvre de ses agences.
- En 2021, la vice-présidente de MICO, Yvonne S. Yuchengco, a été nommée « Femme dirigeante de l'année » lors des *Asia Insurance Industry Awards*. De même, en 2021, la *Global Banking & Finance Review* (GBFR) a reconnu la formation sur la sensibilité au genre de MICO comme la meilleure formation et le meilleur apprentissage en matière d'assurance aux Philippines, et a également honoré MICO pour avoir fourni la meilleure assurance dommages et la meilleure assurance voyages du pays.

Sources : Documents MICO publiés en 2020 et 2021.

EN PARTENARIAT AVEC



avec des organisations qui renforcent l'autonomie des femmes philippines, en 2021 MICO s'est associée à 1CISP^a — le plus grand réseau de coopératives des Philippines — pour offrir une assurance aux femmes à faible revenu. En créant des solutions innovantes pour les femmes, MICO est fière d'être à l'avant-garde du secteur de l'assurance aux Philippines.

2. CHOISIR LE MARCHÉ DES FEMMES AUX PHILIPPINES

2.1 L'ANALYSE DE RENTABILITÉ DE L'ASSURANCE DES FEMMES AUX PHILIPPINES

Malgré un faible taux de pénétration (seulement 2,05 % du produit intérieur brut au deuxième trimestre 2021)¹, le secteur de l'assurance des Philippines a progressé pour devenir plus inclusif. En septembre 2020, malgré les difficultés économiques induites par la COVID-19, près de 40 millions de Philippins étaient couverts par la micro-assurance². Pour permettre aux Philippins de rester assurés pendant la pandémie, MICO, comme de nombreux assureurs, a accordé des « congés de paiement ». Ces « congés » ont appuyé l'objectif du gouvernement d'inscrire 50 millions de Philippins à la micro-assurance d'ici 2022.

La pandémie a eu une incidence considérable sur les assureurs philippins, car les demandes d'indemnisation ont



a 1 Cooperative Insurance System of the Philippines Life and General Insurance (1CISP), qui a été créé en 1974 pour fournir des polices d'assurance vie et d'assurance dommages aux petits exploitants agricoles et autres personnes à faible revenu, dessert le plus grand réseau de coopératives des Philippines.



L'Initiative de financement des femmes entrepreneurs (We-Fi) aide les femmes entrepreneurs en élargissant l'accès aux produits et services financiers, en renforçant les capacités, en développant les réseaux, en proposant des mentors et en offrant des possibilités de liaison avec les marchés nationaux et mondiaux. Pour en savoir plus, consulter le site www.we-fi.org.

considérablement augmenté, notamment celles concernant les soins médicaux et les décès. Au cours du premier semestre 2021, lorsque les infections à la COVID-19 ont connu un pic, les paiements des assureurs ont augmenté d'environ 86 millions de dollars, soit une hausse de près de 47 % par rapport à la même période en 2020³. Une fois que la pandémie aura pris fin et que l'économie se sera redressée, la protection des Philippins les plus vulnérables — les personnes à faibles revenus, et en particulier les femmes — devra rester une priorité.

À l'horizon 2030, les femmes devraient représenter un marché de 1 700 milliards de dollars pour le secteur mondial de l'assurance⁴. La moitié de ce potentiel se situe dans seulement dix pays émergents^b. Le fait que peu de femmes philippines détiennent un quelconque type d'assurance et qu'elles jouent un rôle de plus en plus important en tant que pourvoyeuses de revenus du ménage, propriétaires d'entreprises et d'actifs, fait des femmes un marché particulièrement prometteur aux Philippines. En 2020, selon le Rapport sur l'écart entre les sexes dans le monde du Forum économique mondial, les Philippines présentaient un écart relativement faible entre les sexes (classement 16^e sur 152 pays). Cette évaluation a pris en compte un certain nombre de facteurs — le niveau d'alphabétisation des femmes, l'enseignement secondaire et l'espérance de vie, ainsi que le pourcentage de femmes parmi les professionnels, les législateurs et les cadres supérieurs. Dans toutes ces catégories, les femmes philippines se sont classées en tête, au niveau mondial⁵, et le nombre de femmes dirigeantes et chefs d'entreprise était particulièrement important. En 2020, 57 % des chefs d'entreprise du pays et 27 % des propriétaires d'entreprise étaient des femmes⁶, ce qui fait des femmes un marché essentiel pour les outils d'atténuation des risques qui protègent les entreprises afin qu'elles puissent se développer.

b Marchés : Brésil, Chine, Colombie, Inde, Indonésie, Maroc, Mexique, Nigéria, Thaïlande et Turquie.

Bénéficiez d'une
protection 5 en 1 en
cas d'infection à la
COVID-19 pour seulement
600 Php par an*
avec la

Couverture Vitale

de Malayan

Ensemble nous nous
en sortirons
#Assurez-vouspourêtreensécurité



Encadré 2.

PLEINS FEUX SUR LA RÉPONSE DE MICO À LA COVID-19

Pour aider les Philippins pendant la pandémie de COVID-19, MICO a répondu par les mesures suivantes :

- Pour apaiser les craintes des clients de perdre leur couverture d'assurance en raison de difficultés financières, MICO a institué un « congé de paiement » pour donner aux clients plus de temps pour payer.
- MICO a créé une nouvelle solution d'assurance, Couverture Vitale, qui est un produit d'assistance en espèces 5-en-1 qui fournit une couverture pour la perte de vie et l'hospitalisation dues à la COVID-19. En outre, elle offre une protection contre les accidents, ainsi que l'hospitalisation pour la dengue et le chikungunya. La Couverture Vitale est également un complément de Solutions Stela.
- MICO a mis à jour sa politique de voyage, *Travel Master*, pour y inclure une couverture optionnelle COVID-19 pour les Philippins qui doivent voyager pendant la pandémie.

À l'horizon 2030, les femmes devraient représenter un marché de 1 700 milliards de dollars pour le secteur mondial de l'assurance, la moitié de ce potentiel se situant dans seulement dix pays émergents.

de terre, éruptions volcaniques et raz-de-marée), la préoccupation concernant les catastrophes est vive à tous les niveaux économiques, et plus particulièrement dans les zones les plus reculées où l'évacuation est difficile et les soins médicaux limités. Outre les menaces de catastrophes naturelles, d'incendies et de vols, les entreprises sont confrontées à des perturbations si leurs employés tombent malades et doivent prendre des congés. Les recherches montrent qu'en cas de catastrophe, les micro, petites et moyennes entreprises (MPME) sont généralement les plus vulnérables, car leurs propriétaires n'ont pas les moyens financiers de se remettre d'une catastrophe. C'est particulièrement le cas des MPME détenues ou dirigées par des femmes, car les propriétaires ne savent pas qu'une assurance pourrait aider leur entreprise à se remettre d'une catastrophe. Ce facteur fait des femmes propriétaires d'entreprises un groupe à haut risque, qui pourrait bénéficier d'une assurance contre les catastrophes, et un marché prometteur pour les assureurs⁷.

Aux Philippines, les femmes accordent un rang de priorité élevé à la prise en charge de leur famille, à la santé et à la sécurité de celle-ci, ainsi qu'à leur propre santé. La pandémie a mis à rude épreuve les femmes philippines, qui doivent souvent jongler entre la garde des enfants et un emploi ou la gestion d'une entreprise. En plus de s'inquiéter de l'incidence des fermetures dues à la pandémie sur le fonctionnement et les ventes de leur entreprise, les femmes propriétaires de MPME sont préoccupées par la santé et le bien-être de leurs employés. Pour ces raisons, les assureurs doivent concevoir des solutions spécifiques aux femmes, en tenant compte de tous les rôles qu'elles peuvent jouer — gagner un revenu, s'occuper des enfants et des personnes âgées, et gérer une entreprise.

2.2 L'ÉTENDUE DES BESOINS DES FEMMES EN MATIÈRE DE PROTECTION CONTRE LES RISQUES

Les Philippines étant sujettes aux catastrophes naturelles (typhons, inondations, glissements de terrain, tremblements

Si les femmes philippines vivent dans une ville, leurs risques d'accident sont plus importants, car les villes des Philippines ont des taux d'accidents de la circulation plus élevés. Ceux-ci menacent non seulement la sécurité et le bien-être des femmes, mais aussi leur productivité. Ces dernières années, les accidents de la circulation ont fortement augmenté dans les villes philippines. Par exemple, dans la région métropolitaine de

Manille, le taux d'accidents a presque doublé entre 2007 et 2018⁸, et environ un tiers des victimes d'accidents de la circulation sont des femmes⁹. Selon une étude de la Banque asiatique de développement de 2019¹⁰, Manille est la ville la plus encombrée d'Asie, ce qui signifie que les déplacements aux heures de pointe prennent 50 % plus de temps qu'aux heures creuses. De plus, la ville présente un niveau élevé de pollution atmosphérique — dont 80 % sont causés par les véhicules à moteur¹¹. Les longues durées de trajet domicile-travail à Manille ont une incidence négative sur la santé physique et émotionnelle des femmes, et réduisent le temps dont elles disposent pour faire de l'exercice et bien se nourrir. Si les femmes se rendent au travail et en reviennent en moto, le risque d'accident et de maladie due à la pollution atmosphérique est encore plus élevé. Cependant, si les femmes ont une assurance personnelle contre les accidents et une assurance automobile, elles seront mieux protégées en cas d'accident, et elles et leurs familles bénéficieront d'une protection financière.

Outre la protection financière en cas d'accident de la route, les femmes philippines ont besoin d'une assurance voyage. Les statistiques montrent qu'elles voyagent toujours plus fréquemment que les hommes pour le travail, les loisirs et l'éducation. Selon l'Autorité des statistiques des Philippines, les femmes représentent 52 % des voyageurs dans le pays et 56 % des voyageurs en dehors du pays¹². Les principaux motifs de voyage des femmes sont les vacances et les visites à la famille et aux amis. Par conséquent, offrir aux femmes une couverture d'assurance facile à obtenir et complète pour les voyages locaux et internationaux est une opportunité pour les assureurs.

Malgré les risques plus élevés que courent les femmes philippines dans le cadre de leurs activités, de leurs déplacements domicile-travail et de leurs voyages, et malgré leur importance en tant que salariées au sein de la famille, gardiennes et propriétaires d'entreprises, très peu d'entre elles ont un type quelconque d'assurance. L'étude de marché de MICO montre que non seulement les femmes ne connaissent pas les avantages de l'assurance, mais que leur confiance envers le secteur de l'assurance est également faible. Cela signifie que lorsque l'on commercialise une assurance auprès des femmes, il est essentiel de les atteindre par le biais des canaux auxquels elles font confiance et de communiquer dans un langage facile à comprendre.

3. LE PROGRAMME WEWOMEN

En 2018, MICO s'est associée au programme d'assurance des femmes de l'IFC pour devenir le premier assureur dommages

Malgré les risques plus élevés que courent les femmes philippines dans le cadre de leurs activités, de leurs déplacements domicile-travail et de leurs voyages, et malgré leur importance en tant que salariées au sein de la famille, gardiennes et propriétaires d'entreprises, très peu d'entre elles ont un type quelconque d'assurance.



des Philippines à proposer des solutions pour les risques auxquels les femmes sont confrontées et qui pourraient avoir un impact négatif sur elles, leurs familles et leurs entreprises. L'objectif de ce partenariat est de répondre aux besoins des femmes, en matière d'atténuation des risques, en améliorant leur compréhension des risques et la manière dont l'assurance peut atténuer ces risques ; de fournir aux femmes des solutions d'assurance adaptées à leurs besoins ; d'améliorer la perception qu'ont les femmes du secteur de l'assurance ; et d'augmenter le nombre de femmes clientes de MICO. En utilisant la méthodologie de conception centrée sur l'humain^c, MICO a organisé des ateliers sur la stratégie et la proposition de valeur pour le client, afin de créer pour les femmes un programme d'assurance qui soit adapté aux risques personnels et professionnels auxquels elles sont confrontées.

Le programme *We Women*, que MICO a lancé en septembre 2019, a mis au point les solutions *Simply the Easiest Life Assistant*

c La conception centrée sur l'humain, également connue sous le nom de « Design Thinking », implique une combinaison d'activités pratiques, individuelles et de groupe, conçues pour générer des idées et mobiliser l'expertise d'équipes interfonctionnelles, afin d'accélérer l'innovation et d'obtenir des résultats plus significatifs (On-Off Group. 2021. Site Web de On-Off Group. <https://www.onoffgroup.com/design-thinking-workshop-training-vuja-de>).

(Stela) : un ensemble de cinq produits d'assurance qui offrent aux femmes une couverture complète et facile à comprendre pour atténuer les risques à différentes étapes de leur vie. En plus d'offrir les solutions Stela, le programme *WeWomen* informe les femmes sur leurs risques et sur les produits d'assurance innovants que MICO propose pour y faire face. Ce faisant, le programme *WeWomen* aide les femmes philippines à avoir une vie plus saine, plus sûre et moins stressante.

Pour compléter la sensibilisation aux risques et le contenu des assurances pour les femmes, IFC a organisé une formation sur la sensibilité au genre en collaboration avec MICO. Ce cours combat les préjugés inconscients des agents et du personnel des compagnies d'assurance, qui ont un effet négatif sur leur vision des capacités, des rôles et des risques des femmes, et explique comment vendre des assurances à celles-ci.

Entre 2019 et 2021, 135 conseillers en matière de vente, cadres supérieurs et employés féminins et masculins de MICO, ainsi que l'équipe *WeWomen*, ont participé à la formation sur la sensibilité au genre. À la suite de ce cours, les évaluations de MICO montrent une diminution mesurable des préjugés sexistes des participants, ce qui augmente leur compréhension des problèmes des femmes, leur respect des rôles des femmes, ainsi que leur volonté et leur capacité à leur vendre des assurances. IFC a également formé 31 employés de MICO pour qu'ils puissent dispenser la formation sur la sensibilité au genre dans tous les bureaux de MICO aux Philippines.

4. COMMENT MICO AUGMENTE LA SENSIBILITÉ AU RISQUE ET LA PROTECTION

4.1 OFFRIR DES SOLUTIONS D'ASSURANCE QUI TIENNENT COMPTE DES FACTEURS DE STRESS QUOTIDIENS DES FEMMES

Comme le révèle l'étude de marché de MICO, les femmes philippines s'inquiètent d'une série de risques dans leur vie quotidienne qui menacent leur sécurité et leur bien-être ainsi que ceux de leur famille. Comme indiqué plus haut, si les femmes possèdent une MPME, elles s'inquiètent non seulement des risques pour les opérations et les ventes de leur entreprise, mais aussi de la santé et du bien-être de leurs employés. Afin d'aider les femmes à réduire les risques pour elles-mêmes et pour ce à quoi elles tiennent, et aussi à améliorer leur vie quotidienne, les Solutions Stela ciblent les risques les plus pertinents pour les femmes et les aident à choisir les offres qui répondent le mieux à leurs besoins.



- *Stela Shield* — Assurance accidents personnels pour les femmes
- *Stela Home* — Protection de la maison, y compris les réparations de plomberie, d'électricité et autres
- *Stela Family* — Assurance accidents personnels pour les femmes et leur famille
- *Stela Wheels* — Couverture des accidents de la route et assistance d'urgence
- *Stela Biz* (rouge, argent et or) — Protection des entreprises et des employés

Chaque Solution Stela se distingue nettement de la couverture d'assurance classique, car elle offre des avantages supplémentaires qui répondent spécifiquement aux besoins des femmes. Par exemple, *Stela Shield* est une couverture des accidents personnels qui va au-delà des indemnités habituelles en cas de blessure, d'hospitalisation, de décès et d'enterrement, pour inclure des prestations de maternité, un numéro d'appel pour les consultations médicales, disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, et une couverture en cas de vol d'un sac à main, d'un portefeuille ou d'argent retiré à un distributeur automatique, ainsi qu'en cas de vol et d'agression dans un parking. *Stela Biz* est une police d'assurance couvrant l'incendie, les biens, les accidents personnels et la responsabilité civile générale



Nous avons d'EXCELLENTE nouvelles pour vous !

Nous vous avons entendues et avons trouvé un meilleur moyen de mettre votre sécurité et votre protection à l'abri...

À compter du 14 novembre 2021, toutes les Solutions STELA seront accompagnées d'un abonnement complet de télémédecine* à MALAYAN'S MEDIMATE 24/24 et 7/7

Bénéficiez d'un accès gratuit et illimité à Medimate de Malayan, un service 24/24 et 7/7 de télémédecine et d'orientation vers les urgences, qui offre **DES CONSULTATIONS MÉDICALES ILLIMITÉES**** en toute sécurité et dans le confort de votre propre maison. Plus de soucis à se faire ! STELA s'occupe de vous. Consultez la page Facebook We Women pour en savoir plus !

*This Medimate subscription will be replacing concierge services, except for Routine Referral under Stela Biz. This is in response to the high demand for telemedicine services, in view of the current pandemic. **Terms and Conditions apply. Download our partner app BrightCare Assist for the app or doctors and specialists available.

destinée aux femmes propriétaires de MPME, qui peut être étendue pour couvrir les employés et leur famille. Cette police permet à une femme de se protéger, de protéger son entreprise et son personnel, mais aussi d'accéder à des informations précieuses et à des experts qui peuvent l'aider à améliorer sa vie, sa carrière et son entreprise. Ainsi, les Solutions Stela ont été conçues de façon à ce que les risques les plus importants pour les femmes soient au cœur de chaque offre.



En plus de la protection d'assurance, chacune des Solutions Stela offre aux femmes un accès illimité à *Medimate*, un service disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, qui fournit une assistance d'urgence illimitée, ainsi que des consultations et des références médicales. En outre, chacune des

Solutions Stela peut ajouter une couverture qui paie les services d'une nounou lorsque la femme assurée est malade ou blessée et a besoin de faire garder ses enfants. De plus, sans frais supplémentaires, les Solutions Stela donnent accès à un service de conciergerie 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, qui offre un soutien à la suite d'un accident ou d'un incendie, y compris le remplacement d'un permis de conduire perdu et l'immatriculation de la voiture. Le service peut même effectuer des réservations de restaurant et d'hôtel. *Medimate* et le service de conciergerie de Stela visent à enrichir la qualité de vie des femmes et à les aider à développer leur activité en améliorant leur tranquillité d'esprit et leur sentiment de sécurité. Ces services démontrent également que MICO est fermement déterminée à répondre aux attentes des femmes et à les dépasser.

Pour élargir l'accès à une assurance de qualité pour les femmes à tous les niveaux de revenus, MICO s'est associée à l'un des réseaux de coopératives les plus importants et les plus respectés des Philippines, 1CISP, afin de créer des solutions d'assurance pour des milliers de femmes membres de coopératives. En plus d'aider les femmes à atténuer leurs risques, ce nouveau programme d'assurance pour les femmes, *1Koop4HER*, encourage l'apprentissage holistique et l'esprit d'entreprise. Les nouvelles polices, qui sont vendues sous la marque Juana, offrent une couverture similaire à celle des Solutions Stela, y compris l'accès au service *Medimate* 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, mais à un coût inférieur.

4.2 SENSIBILISATION DES FEMMES AUX RISQUES QU'ELLES RENCONTRENT

Comme indiqué plus haut, en plus d'augmenter les solutions d'assurance disponibles pour les femmes et de fournir un certain nombre d'options à valeur ajoutée, le programme *WeWomen* utilise une approche à plusieurs volets pour répondre au faible

niveau de sensibilisation des femmes aux risques auxquels elles sont exposées, aux types d'assurance disponibles pour atténuer ces risques et à la fiabilité du secteur de l'assurance.

Le site Web de WeWomen :

Le site Web informe les femmes sur les risques auxquels elles sont exposées, sur les Solutions Stela pour y faire face, et leur permet de souscrire une couverture et de soumettre des demandes d'indemnisation. En outre, le site Web propose des articles sur un large éventail de



sujets, notamment des conseils sur la carrière, le lancement et la gestion d'une entreprise, les finances personnelles, les loisirs, la santé et les activités de bien-être, ainsi que des nouvelles et des événements intéressant les femmes. En 2022, ce site Web sera converti en un site de commerce électronique entièrement autonome, qui permettra aux clients de vivre une expérience transparente, sans le jargon des assurances qui décourage les femmes lorsqu'elles achètent une assurance.

Ateliers et événements : Sachant qu'un site Web ne suffirait pas à lui seul à établir un rapport et une confiance avec les femmes, le programme *WeWomen* s'est associé à des experts et des influenceurs très respectés qui dirigent des ateliers et des événements sur des sujets liés aux risques pour les femmes. En raison des confinements et fermetures dues à la COVID-19, l'équipe *WeWomen* a commencé à utiliser des plateformes numériques comme *Facebook* et *Zoom* pour mettre en œuvre ses programmes. Au nombre des exemples figurent les suivants : « Du calme face à la crise : Un webinar sur la santé mentale des femmes et leur état d'esprit pendant la pandémie » ; « Les faits et les curieux : un webinar pratique pour toutes les femmes qui conduisent » ; et « Des loisirs à l'argent : Un guide pratique pour les femmes sur la création de petites entreprises à domicile ».

Les médias sociaux : Le programme *WeWomen* utilise également les médias sociaux pour promouvoir les Solutions Stela, expliquer les solutions qui répondent le mieux aux besoins particuliers, ainsi que fournir du contenu pour améliorer la sensibilisation aux risques et la vie des femmes. Les webinaires et l'engagement dans les médias sociaux permettent à MICO d'interagir avec les clientes actuelles et potentielles, tout en les informant sur la manière dont l'assurance pourrait réduire leur stress.

4.3 COMPRENDRE LES FEMMES EN TANT QUE CLIENTES

En plus d'offrir une formation personnalisée sur la sensibilité au genre pour aider les agents commerciaux et la direction de MICO à mieux comprendre les préférences des femmes tout au long du processus de vente, la société met en œuvre des initiatives à l'échelle de l'organisation pour sensibiliser les employés à l'importance du marché des femmes. La première initiative a consisté à créer une équipe interdisciplinaire de neuf ambassadrices *We Women* qui ont été choisies dans les départements *marketing*, ressources humaines, technologies de l'information, ventes, réclamations et finances de MICO. Tout en favorisant le programme *We Women* et les Solutions Stela, les ambassadrices mobilisent des ressources pour faire avancer le programme. Dans le cadre de leur entrée en fonction, les ambassadrices ont suivi une formation sur la sensibilité au genre et, pour mieux ancrer les valeurs de respect, d'équité entre les sexes et d'un lieu de travail inclusif et sûr pour tous les sexes, les ambassadrices et le personnel du département d'apprentissage et de développement de MICO ont participé au programme de respect sur le lieu de travail d'IFC. Afin d'assurer la continuité de la formation sur la sensibilité au genre et de la participation au programme de respect sur le lieu de travail, ces deux formations sont désormais inscrites au calendrier des formations régulières du département d'apprentissage et de développement.



Pour continuer à sensibiliser les employés de MICO au marché des femmes, le programme *We Women* utilise une série de plateformes pour créer le « buzz ». Pour amplifier et mieux communiquer sur le programme *We Women* et les Solutions Stela, les activités de *We Women* incluent des courriels hebdomadaires « *WeWomen Wednesday* », ainsi qu'un podcast dans le « *Malayan Learning Stadium* » virtuel. Le programme a également invité les employés à prendre position sur l'égalité et la promotion des femmes par le biais d'événements comme les « 16 jours d'activisme contre la violence basée sur le genre » qui ont eu lieu à travers le monde en 2020, et un concours en 2021 pour participer à la campagne de la Journée internationale de la femme « *#ChoosetoChallenge* ». À travers toutes ces initiatives, MICO démontre son engagement envers le bien-être des femmes clientes, des employées et des citoyennes philippines.

DONNÉES ET RÉSULTATS FINANCIERS DE L'ENGAGEMENT DE MICO ENVERS LES FEMMES



57 % AUGMENTATION

Chez les femmes titulaires de police de MICO, de décembre 2017 à juin 2021



NEUF NOUVELLES SOLUTIONS D'ASSURANCE

Lancées par MICO pour cibler les femmes (5 pour Stela et 4 pour Juana)



PRÈS DE 5 000 FEMMES

Ont participé à des ateliers et à des événements en face à face et virtuels de *WeWomen* entre janvier 2020 et juin 2021

5. LEÇONS APPRISSES

Ne craignez pas de sortir des sentiers battus : Les solutions d'assurance qui répondent aux besoins et aux exigences de la vie des femmes nécessitent une pensée innovante et de la créativité. Le service de conciergerie téléphonique

Medimate et les autres services à valeur ajoutée inclus dans les Solutions Stela démontrent le large éventail d'offres que les assureurs peuvent proposer pour aider les femmes à réduire les sources de douleur et de stress dans leur vie quotidienne.

Le changement vient de l'intérieur : Le programme *We Women* n'aurait pas été possible sans une solide équipe

interne à la tête de l'initiative ; le cours de formation sur la sensibilité au genre pour les agents de vente et la direction ; les ambassadrices *WeWomen* qui font la promotion du programme et des Solutions Stela ; et beaucoup d'autres personnes au sein de MICO qui travaillent dur pour faire de l'égalité des sexes une valeur fondamentale à MICO, ainsi que dans le secteur des assurances aux Philippines.

Les femmes doivent comprendre le risque avant de pouvoir comprendre l'assurance : Le programme *WeWomen* ne vend pas d'assurance aux femmes en se contentant de rebaptiser les produits existants et d'essayer de les convaincre que les assureurs sont dignes de confiance. Au contraire, *WeWomen* sensibilise d'abord les femmes aux risques auxquels elles sont confrontées dans la vie quotidienne, et leur propose ensuite une solution d'assurance pour atténuer chacun de ces risques. Sans une approche multidimensionnelle visant à sensibiliser efficacement les femmes avant de s'engager dans le processus de vente, les efforts déployés par MICO pour leur vendre des assurances n'auraient pas donné des résultats aussi impressionnants.

NOTES DE FIN DE TEXTE

- 1 RPIC (Republic of the Philippines Insurance Commission). 2021. « Insurance Industry Performance-Life, Non-Life, and MBAs. » Manille : RPIC. 1^{er} décembre 2021. <https://www.insurance.gov.ph/wp-content/uploads/2021/11/Annex-A-Q2-2021-Insurance-Industry-Performance-Report-v1.pdf>
- 2 De Vera, Ben O. 2021. « Fewer Filipinos Covered by Micro-insurance; Sales Down 33.2% in End-Sept 2020. » *Philippine Daily Inquirer*, 1^{er} mars 2021. <https://business.inquirer.net/318727/fewer-filipinos-covered-by-microinsurance-as-sales-down-33-2-in-end-sept-2020>
- 3 Olano, Gabriel. 2021. « COVID-19 Insurance Claims in the Philippines Reach Billions » *Insurance Business Asia*, 23 septembre 2021. <https://www.insurancebusinessmag.com/asia/news/breaking-news/covid19-insurance-claims-in-the-philippines-reach-billions-310912.aspx>
- 4 IFC (International Finance Corporation). 2015. *SheforShield: Insure Her to Better Protect All*. Washington, DC: IFC. www.ifc.org/SheforShield
- 5 Forum économique mondial. 2019. Rapport sur l'écart entre les sexes dans le monde 2020. Genève : Forum économique mondial. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf#MIWE
- 6 Mastercard. 2020. « Mastercard Index of Women Entrepreneurs (MIWE): COVID-19 Crisis Could Set-back a Generation of Women in Business. » Communiqué de presse de MIWE, 23 novembre 2020. <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/press-releases/mastercard-index-of-women-entrepreneurs-covid-19-crisis-could-set-back-a-generation-of-women-in-business/>; et Mastercard. 2020. *Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2020 Report*. New York: Mastercard. https://www.mastercard.com/news/media/1ulpy5at/ma_miwe-report-2020.pdf
- 7 Ballesteros, Maria and Sonny Domingo. 2015. « Building Philippine MSMEs Resilience to Natural Disasters. » Manille: Philippine Institute for Development Studies. <https://dirp3.pids.gov.ph/webportal/CDN/PUBLICATIONS/pidsdps1520.pdf>
- 8 Kim, Charisse. 2021. « Car Accidents in the Philippines: Causes, Facts & Latest Statistics ». *Phil Kotse*, 6 octobre 2021. <https://philkotse.com/safe-driving/road-accidents-in-the-philippines-causes-facts-latest-statistics-5455>
- 9 GSRF (Global Road Safety Facility). 2016. « Philippines Road Safety Country Profile ». Site Web de *Global Road Safety Facility*. <https://www.roadfacility.org/country/philippines>
- 10 Manila Times. 2019. « Metro Manila Most Congested City in Asia, Says ADB (Asian Development Bank). » *Manila Times*, 1^{er} octobre 2019. <https://www.manilatimes.net/2019/10/01/opinion/editorial/metro-manila-most-congested-city-in-asia-says-adb/624279>
- 11 IQ Air. « Air quality in Manila. » *IQ Air Website*. <https://www.iqair.com/us/philippines/ncr/manila>
- 12 Philippine Statistics Authority and Department of Tourism. 2016. « 2016 Household Survey on Domestic Visitors Final Report. » <https://psa.gov.ph/sites/default/files/HSDV%202016%20Final%20Report.pdf>

À PROPOS D'IFC

Organisation sœur de la Banque mondiale au sein du Groupe de la Banque mondiale, IFC est la plus importante institution mondiale d'aide au développement dont les activités concernent exclusivement le secteur privé dans les marchés émergents. Elle collabore avec plus de 100 pays et consacre son capital, ses compétences et son influence à la création de marchés et de débouchés dans les pays en développement. Au cours de l'exercice 2020, les investissements d'IFC dans des entreprises et institutions financières privées se sont élevés à plus de 22 milliards de dollars et ont permis de mobiliser les capacités du secteur privé pour mettre fin à l'extrême pauvreté et promouvoir une prospérité partagée. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.ifc.org.

AVIS DE DROIT D'AUTEUR

© Société financière internationale 2021. Tous droits réservés.
2121 Pennsylvania Avenue, N.W.
Washington, D.C. 20433
Internet : www.ifc.org

Le contenu du présent manuel est protégé par le droit d'auteur. La copie et/ou la transmission de tout ou partie de celui-ci sans autorisation peut constituer une violation des lois en vigueur. IFC ne garantit pas l'exactitude, la fiabilité ou l'exhaustivité du contenu inclus dans ce manuel, ni des conclusions ou des jugements qui y sont décrits, et décline toute responsabilité pour toute omission ou erreur (y compris, sans s'y limiter, les erreurs typographiques et les erreurs techniques), quelle qu'elle soit, ou pour toute confiance qui pourrait lui être accordée.

Groupe d'IFC sur le genre et l'inclusion économique

Pour en savoir plus sur le programme d'assurance pour les femmes d'IFC, rendez-vous sur :

www.ifc.org/IFCwomensinsurance

Contacts

Fatou Giwa, fgiwa@ifc.org
Fatim Diop, FDiop2@ifc.org
Prapti Sherchan, psherchan@ifc.org

*Photo de couverture : iStock.
Autres photos : Utilisées avec l'autorisation de Malayan Insurance.*