

Les stratégies et facteurs d'adoption des produits de Finance islamique en Afrique du Nord : Etude exploratoire des produits Takaful au Maroc

Strategies and factors of adoption of Islamic Finance products in North Africa: Exploratory study of Takaful in Morocco

Abdelmajid HADDAD, (PhD Economie et Gestion)

*ENCG Tanger MAROC
Université Abdelmalek Essaadi, Maroc*

Youssef LYAMMOURI, (Executive MBA, Ingénieur d'Etat)

Toulouse Business School, Casablanca Maroc

Hamidou KINDO, (Doctorant)

*Ecole Nationale de Commerce et de Gestion-Oujda
Université Mohammed Premier d'Oujda, Maroc*

Adresse de correspondance :	Cabinet YAMAJ DEVELOPMENT Maroc (Tanger) 90000 +212 (0) 661 962 001.
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	HADDAD, A., LYAMMOURI, Y., & KINDO, H. (2022). Les stratégies et facteurs d'adoption des produits de Finance islamique en Afrique du Nord : Etude exploratoire des produits Takaful au Maroc. International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics, 3(6-2), 255-272. https://doi.org/10.5281/zenodo.7372515
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

Received: September 30, 2022

Published online: November 30, 2022

Les stratégies et facteurs d'adoption des produits de Finance islamique en Afrique du Nord : Etude exploratoire des produits Takaful au Maroc

Résumé

La consommation des produits de la finance islamique par les clients africains est peu étudiée. C'est pourquoi les opérateurs de cette finance entrent dans le marché africain d'une manière prudente voire timide. Ceci s'explique par l'imprévisibilité des réactions du client africain. C'est dans ce sens que ce papier cherche à comprendre d'une part, le comportement des clients africains quant à l'adoption des produits de la Finance islamique. D'autre part, il cherche à comprendre comment les opérateurs de la finance islamique réagissent face à ce comportement.

Ainsi, nous avons réalisé une étude exploratoire auprès des opérateurs d'assurance financière, selon une approche qualitative par étude de cas. Nous avons étudié la consommation d'un segment de la Finance islamique appelé « Takaful » dans un pays représentant de la région Nord de l'Afrique, le Maroc.

Les résultats ont permis d'identifier quatre facteurs influençant l'adoption des produits Takaful et permettant de comprendre le comportement des consommateurs africains. Ces résultats ont permis également de mettre l'accent sur deux dimensions stratégiques favorisant l'adoption des produits de la finance islamique par ses opérateurs.

Mots clés : Finance islamique, Takaful, Stratégies d'adoption, compagnie d'assurance, Comportement d'adoption, Maroc.

Classification JEL : E44, G10, G21, G22, Z12

Type de l'article : Recherche appliquée

Abstract

The consumption of Islamic finance products by African customers is little studied. This is why the operators of this finance are getting the African market in a cautious or even shy way. This is explained by the unpredictability of the reactions of African customers. It is in this context that this paper seeks to understand, on the one hand, the behavior of African customers regarding the adoption of Islamic finance products. On the other hand, it seeks to understand how Islamic finance operators react to this behavior.

Thus, we carried out an exploratory study with financial insurance operators, according to a qualitative approach by case study. We studied the consumption of a segment of Islamic Finance called "Takaful" in a country representative of the North African region, Morocco.

The results identified four factors influencing the adoption of Takaful products and help to understand the behavior of African customers, as well as two strategic dimensions promoting the adoption of Islamic finance products by its operators.

Keywords: Islamic finance, Takaful, adoption strategies, adoption behavior, insurance company, Morocco.

JEL Classification : E44, G10, G21, G22, Z12

Paper type : Empirical research

1. Introduction

L'histoire du « Takaful » a commencé au Soudan en 1979 dans le but de fournir des services d'assurance en respectant les directives de l'Islam (Shahid & Sarfraz, 2021). Aujourd'hui, les institutions Takaful fournissent des services dans environ 33 pays dans le monde avec un réseau comprenant 353 opérateurs Takaful, y compris les fenêtres Takaful (Islamic Financial Services Board, 2020).

Ainsi, le terme Takaful provient du mot arabe « kafalah » qui signifie se garantir l'un l'autre ou garantie conjointe. Le système du « Takaful » est basé sur les principes sociaux de solidarité, de coopération et d'assistance mutuelle. En assurance conventionnelle, les assurés transfèrent le risque à la compagnie d'assurance, alors que les membres d'une compagnie Takaful sont à la fois assureurs (propriétaire des fonds gérés) et assurés (bénéficiaire en cas de sinistre) (Wahab et al., 2007).

Par ailleurs, le marché africain reste encore vierge par rapport à la commercialisation des produits de la finance islamique. En effet, les opérateurs financiers sont encore prudents quant à une telle pénétration dans le marché africain. Ce marché, qui souffre de plusieurs problèmes, peut bénéficier des atouts de la finance islamique pour assurer une progression d'une économie historiquement fatiguée par la complexité des systèmes financiers mis en place.

Cette prudence peut être expliquée par l'imprévisibilité des réactions des consommateurs africains face à l'adoption de ce type de produit financier et de la rentabilité de tel investissement.

C'est dans ce sillage que nous cherchons à comprendre comment les clients africains se comportent-ils face aux produits de la finance islamique et quelles sont les stratégies à adopter par les opérateurs de cette finance en fonction de l'attitude de ces clients. Ainsi, pour étudier l'Afrique, nous avons choisi le Maroc comme pays émergent représentant de l'Afrique du Nord. Nous avons aussi choisi le produit « Takaful » comme segment de la Finance islamique à étudier.

Pour mener à bien notre recherche, nous avons adopté une étude exploratoire dans l'objectif de générer des idées et trouver des réponses aux questions de recherche. Il existe deux manières principales pour mener une étude exploratoire : réaliser une recherche documentaire ou parler à des experts sur le sujet objet de l'étude via des entretiens approfondis. Par conséquent, cette étude s'est appuyée sur une série d'entretiens avec des professionnels en lien étroit avec le chantier de lancement de l'activité *Takaful* au Maroc.

Ce mode de recherche a été choisi pour obtenir une meilleure compréhension des défis des futurs opérateurs *Takaful* au Maroc. En conséquence, cette recherche n'a pas pour but de tester une hypothèse particulière, mais de mieux comprendre les enjeux de l'adoption des produits *Takaful* et les mesures répondant à la demande des clients.

L'objectif de cette étude qualitative est d'examiner les points de vue et la compréhension des opérateurs *Takaful* des déterminants de l'adoption de leurs produits par les Marocains, et des défis auxquels ils sont confrontés. De ce fait, des entretiens semi-directifs ont été conduits avec des praticiens du secteur des assurances, qui sont impliqués dans le chantier d'introduction de l'industrie *Takaful* au Maroc.

Pour une meilleure organisation de cette recherche, nous évoquerons dans un premier temps, le concept de « Takaful », dans son contexte d'évolution et d'essor (2.)

Dans un second temps, il sera question de la démarche méthodologique de la présente recherche (3.). Ensuite, nous exposerons les résultats de la recherche ainsi que les discussions relatives à ces derniers (4.). Enfin, nous formulerons une conclusion relative à cette recherche ainsi que les éventuelles perspectives (5.).

2. Le concept de « Takaful », dans son contexte d'évolution et d'essor

En raison de son fondement moral respectant les préceptes de l'Islam en matière d'investissement et de placement des fonds, de sa dimension éthique, religieuse et sociale et de son ancrage à l'économie réelle, la finance islamique s'est progressivement imposée comme une alternative intéressante au mode de financement conventionnel (Kindo, 2019, p.122). Le développement de ce mode de financement permettrait non seulement de contribuer à diversifier les produits bancaires, mais à attirer, par ailleurs, une nouvelle frange de particuliers et de clients qui sont intéressés par des produits conformes aux principes de la Sharia (Njima & Zouari, 2012, p.1).

Parmi les produits de ce mode de financement figure le produit « takaful ». Tout comme le système bancaire, le système des assurances islamiques est basé sur les préceptes de la Charia. Ainsi, l'assurance a pour rôle fondamental de dispenser la protection des assurés en les réunissant en une vaste mutualité solidaire contre les effets dommageables d'un sinistre.

Le système est basé sur le principe de « takaful » qui signifie la coopération mutuelle (est perçu comme une assurance coopérative) c'est-à-dire, que les assurés contribuent au système par le versement de primes, en échange d'une forme de protection évitant aux victimes de sinistre, la ruine et la misère (Bouchoul & Chenini, 2011). En somme, le système est basé sur le partage coopératif du risque. Cette définition ne diffère pas de la définition du système traditionnel des assurances.

En outre, l'histoire du produit Takaful a commencé au Soudan en 1979 dans le but de fournir des services d'assurance en respectant les directives de l'Islam (Achibane & Cherkaoui, 2017). Aujourd'hui, les institutions *Takaful* fournissent des services dans environ 33 pays dans le monde avec un réseau comprenant 353 opérateurs *Takaful*, y compris les fenêtres *Takaful* (Islamic Financial Services Board, 2020).

Cependant, les dernières années ont été cruciales pour que l'industrie *Takaful* préserve sa dynamique en termes de croissance et de part de marché.

Le taux de croissance des cotisations brutes de l'industrie mondiale du *Takaful* s'est contracté de 1,1% à 3,2% à fin 2018 contre 4,3% en 2017 pour clôturer à 27,07 milliards de dollars.

Cela s'est traduit par une diminution de la part de marché du segment *Takaful* dans l'industrie financière islamique mondiale à 1,1 % à fin 2018 (voire 1,3 % en 2017). Toutefois, le segment *Takaful* a enregistré un taux de croissance annuel moyen de 8,5% sur la période 2011-2018.

Il importe de rappeler, d'après Islamic Financial Services Board (2020), que l'industrie financière islamique mondiale est composée, en plus de Takaful, des segments suivants : Sukuk avec 22,3%, Fonds Islamique avec 4,2% et Islamic Banking avec 72,4%. Quant à la tendance des cotisations mondiales du Takaful, elle s'est évolué de 19 billion de dollars américains en 2011 à 27,07 billion de dollars américains fin 2018.

Par ailleurs, trois pays (l'Iran, l'Arabie Saoudite et le Soudan) ont un marché d'assurance entièrement islamique. En outre et seulement la même source, environ 91 % des cotisations totales mondiales en 2018 ont été générés à partir de cinq pays, à savoir l'Iran (10,880 milliard USD), l'Arabie Saoudite (9,463 milliard USD), la Malaisie (1,856 milliard USD), les Émirats Arabes Unis (1,205 milliard USD) et l'Indonésie (1,057 milliard USD). Ceci témoigne d'une croissance inégale de l'industrie *takaful*.

Ainsi, dans les lignes qui suivent, nous mentionnerons quelques modèles de gestion des fonds takaful (2.1.), avant de mettre en relief les études comparatives entre le takaful et l'assurance conventionnelle (2.2.).

2.1. Les modèles de gestion des fonds Takaful

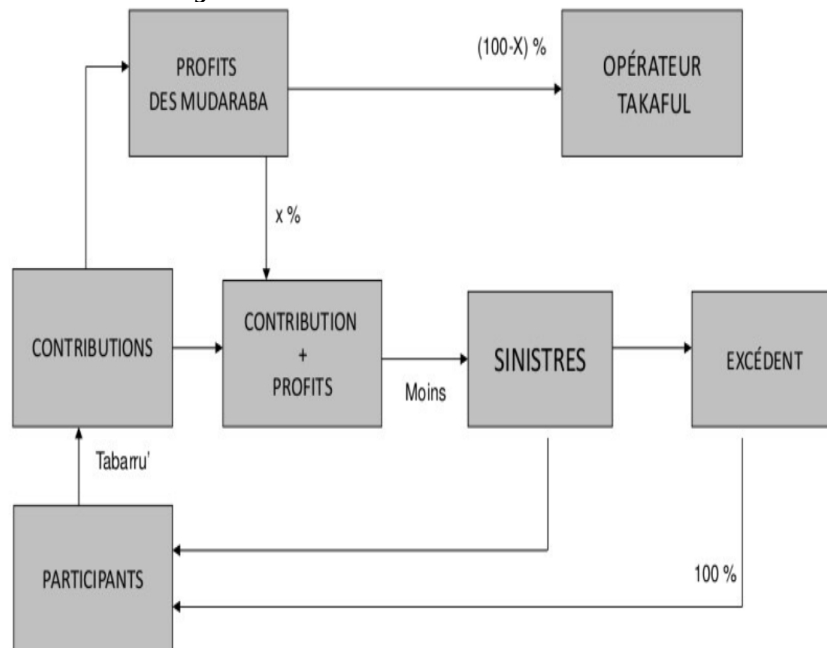
Il n'existe pas, pour le moment, un modèle unique pour structurer les produits d'assurance

islamique. Les modèles se distinguent principalement dans la manière dont les fonds sont partagés entre les assurés et l'opérateur takaful (Bouchoul & Chenini, 2011). La plupart des sociétés d'assurance takaful s'organisent selon trois modèles, moudaraba et wakalah et le contrat combinant entre les deux.

➤ Le Modèle « Moudaraba »

Selon ce modèle, l'opérateur takaful (*moudarib*) gère les fonds de ses membres (*rab al-mal*) d'une manière *Charia* compatible et participe au partage des profits générés, alors que les pertes sont supportées uniquement par ses membres. Le modèle peut être illustré comme suit :

Figure 1 : Illustration du modèle moudaraba

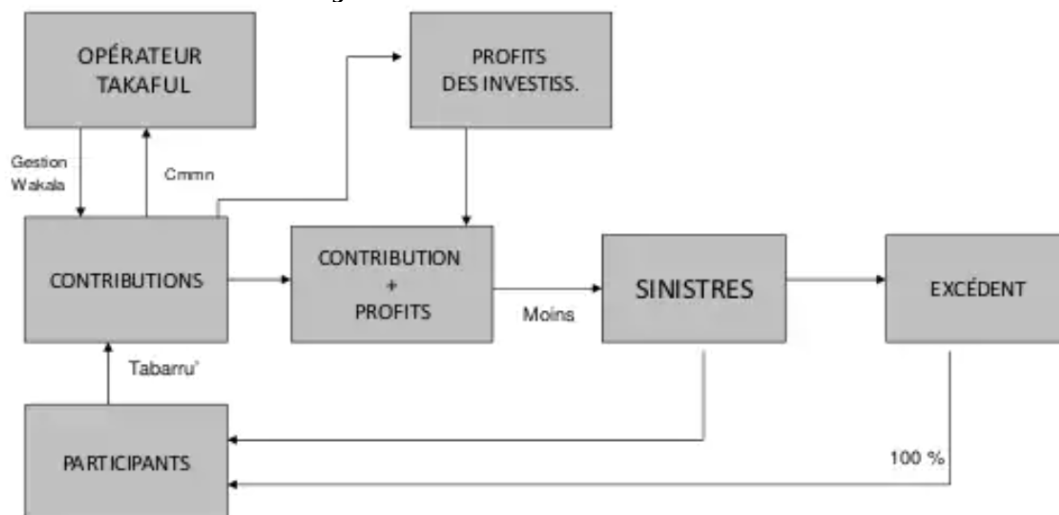


Source: Al Maali Consulting Group (2014)

➤ Le Modèle « Wakala »

Le mot arabe wakala signifie délégation ou représentation. Suivant ce modèle, l'opérateur Takaful gère les fonds de ses membres en contrepartie de frais de gestion qui peuvent être sous forme de pourcentage des contributions ou un montant forfaitaire (Abdelbari, 2012). A l'instar du modèle Moudaraba les pertes sont supportées uniquement par les membres. Le modèle se présente comme suit :

Figure 2 : Illustration du modèle Wakala

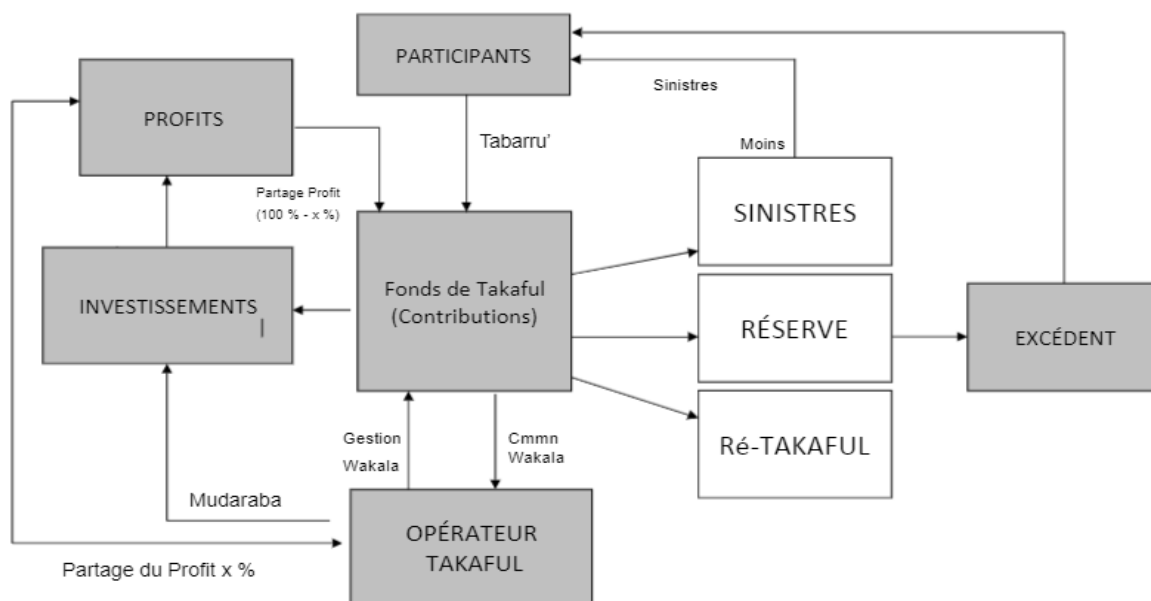


Source: Al Maali Consulting Group (2014)

➤ Le modèle hybride

Il s'agit d'une combinaison des deux précédents modèles. D'un côté, l'application du modèle *Moudaraba* implique que l'opérateur est désigné comme gestionnaire des investissements du fonds *Takaful* et participe au profit selon un ratio de partage prédéterminé. De l'autre côté, l'application du modèle *Wakala* implique que l'opérateur est désigné comme agent pour la gestion des activités d'assurance du fonds *Takaful* et prélève une commission de gestion (Badji, 2019). Ce faisant, le modèle hybride se présente comme suit :

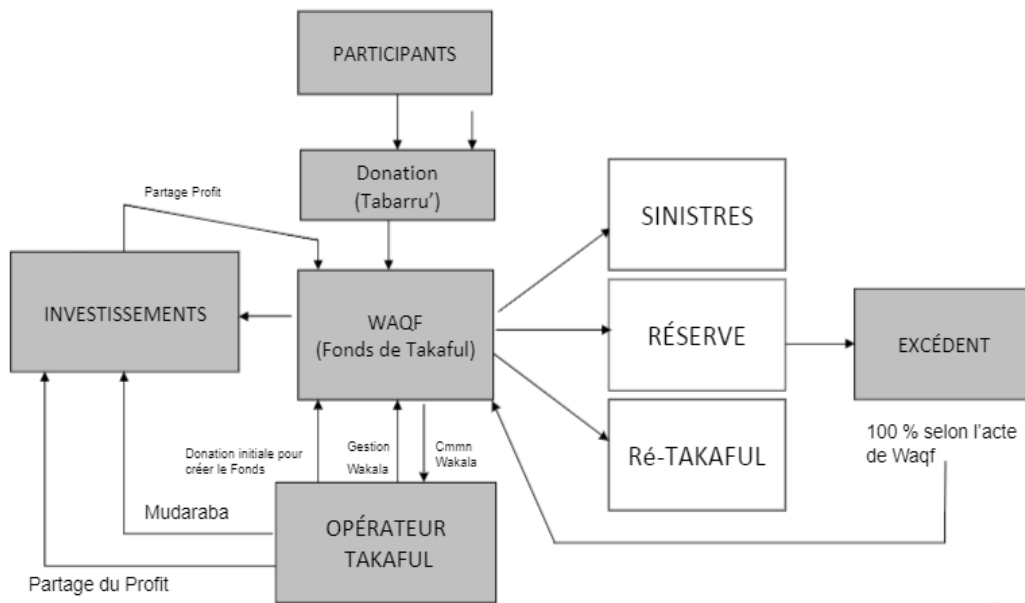
Figure 3 : Illustration du modèle hybride



Source: Al Maali Consulting Group (2014)

Par ailleurs, le modèle hybride a une composante qui est le modèle « *waqf* ». Ce modèle est un cas spécial du modèle hybride où la principale particularité est liée à la question de la propriété des contributions faites par les participants dans le fonds *Takaful* (Chiadmi, 2015). Dans ce cas, ces contributions sont portées au crédit du fonds *Waqf* et deviennent propriété de ce dernier. Le modèle s'illustre comme suit :

Figure 4 : Illustration du modèle « waqf »



Source: Al Maali Consulting Group (2014)

Après ces différentes illustrations, une étude comparative entre le *Takaful* et l'assurance conventionnelle, sera menée dans les lignes qui suivent.

2.2. Etudes comparatives entre le Takaful et l'assurance conventionnelle

Les compagnies *Takaful* opèrent parallèlement à l'assurance conventionnelle dans un système dual. De ce fait, de nombreuses études ont comparé les deux formes d'assurance en termes de performance et d'efficacité.

➤ Concernant la performance

Ahmad et al. (2019) ont étudié les déterminants de la performance des investissements des compagnies d'assurance islamiques et conventionnelles en Malaisie à travers une estimation d'une régression de panel sur 11 compagnies d'assurance islamiques et 14 compagnies d'assurance conventionnelles de 2006 à 2015. Deux types de variables indépendantes ont été utilisées dans cette étude : Les facteurs spécifiques à l'entreprise (taille de l'entreprise, marge de solvabilité et liquidité) et les facteurs macroéconomiques (PIB, taux d'intérêt et de profit, rendement des actions et inflation). Les résultats empiriques ont révélé que la liquidité et le PIB retardé ont une relation statistiquement significative avec les performances d'investissement des compagnies d'assurance islamiques.

Concernant les compagnies d'assurance conventionnelles, et en plus de la liquidité et du PIB retardé, la performance de leurs investissements est également statistiquement et significativement influencée par les taux d'intérêt et les rendements des actions.

Par ailleurs, Abdul Razak et al. (2021) ont évalué la performance des compagnies *Takaful* et assurance en Malaisie. Ils ont examiné l'impact de l'actionnariat, du Business Model et de la structure du marché sur la performance des entreprises conventionnelles et *Takaful*.

Les conclusions de l'étude montrent que les compagnies *Takaful* et d'assurance se comportent d'une manière équivalente en termes de primes. Cependant, le *Takaful* a de meilleurs revenus de placement. En outre, les entreprises à capitaux étrangers performant mieux que les entreprises locales.

➤ **Concernant l'efficacité**

Alshammari et al. (2019a) ont examiné l'impact de la concurrence sur le rapport coût-efficacité des secteurs de l'assurance conventionnelle et du Takaful au sein des pays du CCG (Conseil de Coopération du Golfe) entre 2009 et 2016. Dans l'ensemble, les résultats suggèrent que la relation entre la concurrence et l'efficacité est positive et soutient l'hypothèse dite « quiet life » où les gestionnaires dans un marché moins concurrentiel peuvent utiliser le pouvoir de marché de leurs entreprises et réduire leurs efforts. Cependant, il est important de noter qu'il existe des différences entre opérateurs Takaful et assureurs conventionnels à cet égard. La relation entre la concurrence et l'efficacité s'avère négative pour l'assurance conventionnelle, et positive seulement pour le takaful.

En outre, Alshammari et al. (2019b) ont aussi examiné l'impact des prix du pétrole et le marché financier sur la rentabilité des secteurs de l'assurance et du Takaful dans les pays du CCG de 2009 à 2016. Les résultats montrent que la relation entre les prix du pétrole et l'efficacité passe de positive à négative lorsque les prix augmentent, alors que la relation entre le marché financier et l'efficacité est négative. Aucune preuve claire de l'impact des prix du pétrole sur l'efficacité ne découle des différences entre les assurances conventionnelles et Takaful. Cependant, il existe des différences en ce qui concerne le marché financier, avec un impact négatif sur l'assurance conventionnelle et un impact positif sur le Takaful.

Après ces différentes analyses permettant de mettre en relief le concept de Takaful ainsi que ces différentes composantes, nous évoquerons dans les lignes qui suivent la démarche méthodologique de la présente recherche.

3. La démarche méthodologique de la présente recherche

Nous avons utilisé une méthode d'échantillonnage thématique afin d'augmenter l'efficacité et l'efficience des informations collectées, en sélectionnant les répondants en fonction d'un thème particulier. À cet effet, les répondants ont été choisis sur la base de leur connaissance et leur implication dans le chantier d'introduction de l'industrie Takaful au Maroc. Ce faisant, cette méthode d'échantillonnage a retenu les répondants qui ont accepté de participer à cette étude et qui peuvent fournir une information sur les déterminants de l'adoption des produits Takaful.

En outre, il existe douze compagnies d'assurances au Maroc pratiquant les opérations d'assurances non vie, vie et capitalisation ou bien exclusivement l'une des deux branches. Étant donné la thématique de l'étude, les répondants appartiennent à des compagnies d'assurances engagées dans des projets de lancement de filiale *Takaful*. Ceci est important afin de recueillir les opinions et les perceptions de praticiens expérimentés et impliqués dans ce domaine.

De plus, il faut noter que la taille d'un échantillon de recherche qualitative adéquate varie en fonction du cadre et des limites de la recherche. Dans cette étude, l'échantillon comporte des professionnels de trois compagnies qui sont pertinentes pour la présente recherche. Un petit nombre de répondants peut favoriser un lien étroit entre l'enquêteur et les répondants et améliorer le cadre de l'entretien approfondi, ainsi que clarifier les détails d'une situation spécifique en se concentrant sur la qualité des répondants plutôt que sur la quantité (Crouch & McKenzie, 2006).

Concrètement, les répondants des entretiens semi-directifs sont trois professionnels travaillant dans trois compagnies d'assurance différentes.

Il s'agit de deux responsables de projet et un membre de projet de création des filiales *Takaful* de ces compagnies. Nous regroupons les informations les concernant dans le tableau qui suit :

Tableau 1 : Présentation des répondants des entretiens semi-directifs

Répondants	Fonction actuelle	Rôle dans le projet <i>takaful</i>	Expérience en assurance	Formation
1	Directeur technique non vie	Directeur projet <i>takaful</i>	16 ans	Diplôme d'ingénieur d'Etat en actuariat-finance & Executive master en finance islamique
2	Responsable de gestion front office	Responsable investissement <i>takaful</i>	7 ans	Master en finance de marché & Executive MBA en finance islamique
3	Chargé de mission	Chef projet <i>takaful</i>	18 ans	Diplôme supérieur de gestion en finance & Certificat de l'auditeur et du consultant chariatique

Source : Développé par les auteurs.

Dans les lignes qui suivent, nous présenterons notre stratégie de collecte des données (3.1.) ainsi que celle relative à leur analyse (3.2.).

3.1. Stratégie de collecte des données

Un guide d'entretien a été établi et les répondants potentiels ont été contactés par messagerie et appels téléphoniques, en expliquant les objectifs de l'étude. Les entretiens se sont déroulés sur une période de deux jours et ont duré une demi-heure en moyenne.

Par ailleurs, nous avons organisé des discussions individuelles et en face à face avec les répondants, car cette technique est plus confortable dans la discussion de sujets potentiellement sensibles, en particulier lorsqu'il s'agit de cadres supérieurs. En outre, et afin de mettre chaque personne interrogée à l'aise, les séances d'entretien ont été conduites dans des conditions informelles afin de recueillir le plus d'informations possible auprès de la personne interrogée.

Les discussions ont porté sur un large aperçu du *takaful* et sur ses défis au Maroc tels qu'ils sont perçus par les professionnels, en particulier en ce qui concerne l'adoption des produits *takaful*. Nous avons également utilisé des questions d'approfondissement pour obtenir des réponses approfondies des répondants sur certains sujets.

3.2. Démarche relative à l'analyse des données collectées

Dans cette étude, nous avons suivi les étapes suggérées par Hair et al. (2007) pour l'analyse des données qualitatives à savoir la collecte des données, la réduction des données, l'affichage des données, l'établissement des conclusions et la vérification des résultats. Le processus de réduction des données consiste à sélectionner, simplifier et transformer les données brutes en données compréhensibles.

Ce processus est une étape importante dans la gestion de la quantité des données et le maintien des points clés en même temps. Ceci implique la sélection des unités de codage comprenant des mots et des phrases pour faciliter la compréhension des données.

Une fois le processus de réduction des données terminé, les données sont affichées en organisant les informations qui ont été réduites pour simplifier la conclusion. L'étape suivante consiste à tirer une conclusion à partir des informations recueillies et à la présenter suivant des thèmes. Enfin, le processus de vérification des données qualitatives consiste à vérifier et revérifier les données recueillies pour s'assurer qu'elles sont valides et réalistes.

Dans notre cas pratique, chaque prise de note des entretiens a été lue plusieurs fois pour une meilleure familiarisation avec les données et pour saisir les points de vue des répondants concernant l'adoption des produits takaful au Maroc.

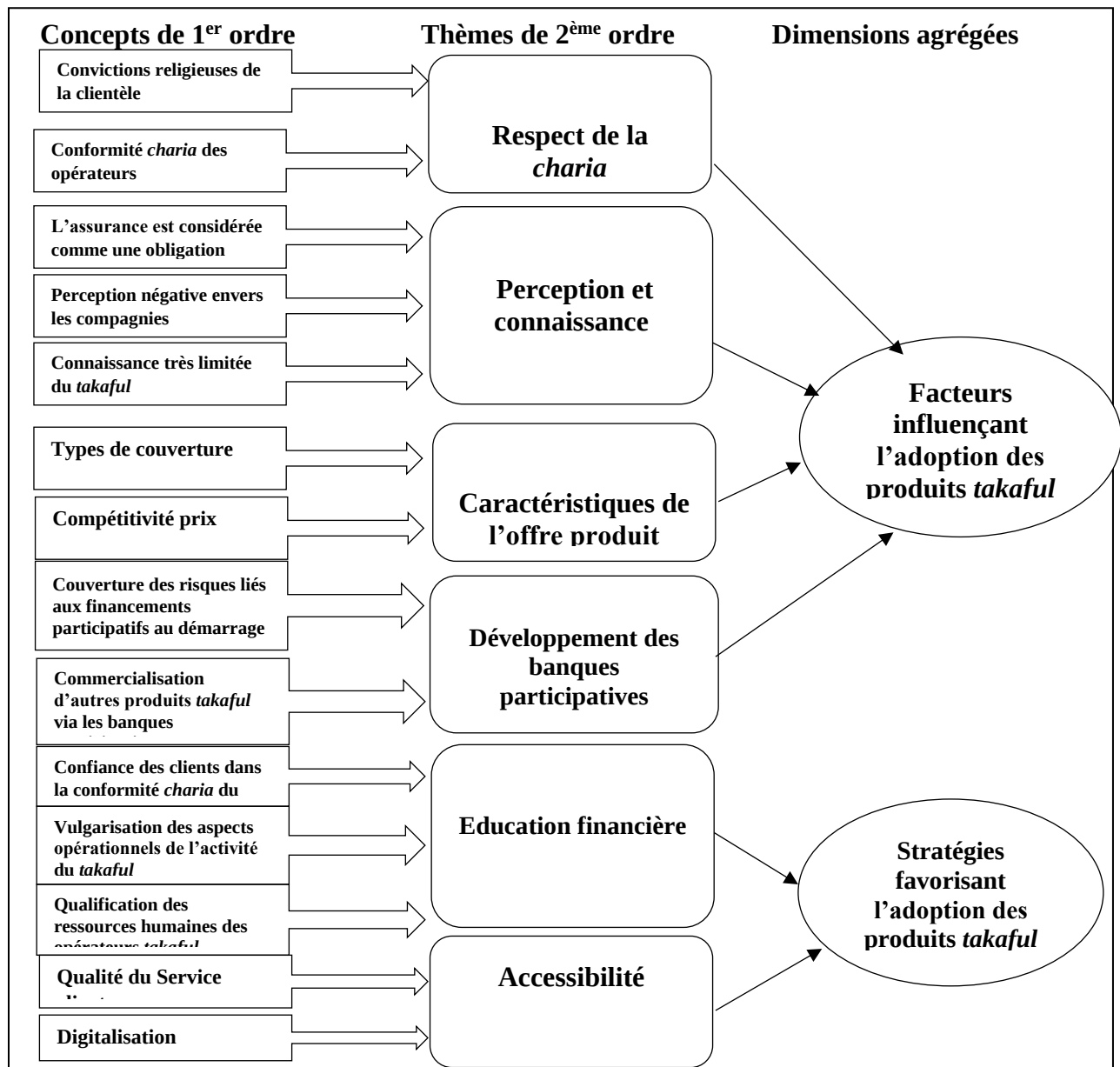
Ensuite, les prises de note des entretiens ont subi un processus de codage à l'aide du logiciel NVivo. Ce processus utilise des nœuds, ce qui implique de sélectionner des unités de codage afin de comprendre et de saisir les déclarations importantes liées aux questions de recherche. Par ailleurs, chaque prise de note a été lue et les passages pertinents ont été codés en même temps. Une fois que plusieurs nœuds ont été identifiés, ceux-ci ont été liés au sein de chaque cas et entre les cas pour identifier les principaux thèmes. La présentation de la structure des données a suivi la procédure de Gioia et al. (2012), en identifiant les codes de premier ordre (concepts) directement à partir des prises de note, puis en les fusionnant dans des codes de second ordre (thèmes), qui sont ensuite agrégés selon des dimensions (confère figure 8).

Par exemple, ce passage du premier répondant, *« Ces facteurs résident dans une bonne communication et présentation des produits et du modèle d'assurance takaful, une proximité entre les réseaux de distribution et les clients, une facilité du parcours client en le digitalisant depuis l'entrée en relation jusqu'au règlement de la prestation, un prix abordable qui n'est pas en grand déphasage avec celui pratiqué dans le conventionnel, des couvertures qui répondent au besoin de l'assuré, et une restitution du résultat technique. »*, a été mis en évidence et codé avec plusieurs codes de premier ordre.

Ce sont : « vulgarisation des aspects opérationnels de l'activité du *takaful* », « digitalisation », « compétitivité prix » et « types de couverture ».

Nous avons ensuite identifié où appartenait ces codes de premier ordre en les regroupant pour représenter les thèmes « éducation financière », « accessibilité » et « caractéristiques de l'offre produit » dans les codes de second ordre. Plus précisément, le concept de « vulgarisation des aspects opérationnels de l'activité du *takaful* » correspond au thème « éducation financière », le concept de « digitalisation » est lié au thème « accessibilité » et les deux concepts de « compétitivité prix » et « types de couverture » sont regroupés sous le thème « caractéristiques de l'offre produit ». Ces différents éléments sont illustrés dans la figure n° 5 qui suit :

Figure 5 : Synopsis de la structure des données



Source : Développée par les auteurs.

L'analyse thématique inter et intra cas a identifié divers thèmes du point de vue de l'offre qui ont émergé des données de cette recherche en ce qui concerne l'adoption des produits *takaful*. Chaque thème est présenté avec des exemples de citations d'entretiens avec les répondants dans les points suivants.

4. Présentation des résultats et discussions

Dans les lignes qui suivent, les facteurs influençant l'adoption par les clients de l'Afrique du Nord notamment les marocains des produits *Takaful* (4.1.), les stratégies favorisant l'adoption des produits *Takaful* (4.2.) ainsi que les discussions relatives à ces résultats seront présentées (4.3.).

4.1. Facteurs influençant l'adoption des produits Takaful

Cette étude a permis d'identifier quatre facteurs qui influencent l'adoption des produits Takaful en Afrique du Nord par les clients marocains. Ce sont : le Respect de la Charia, Perception et connaissance, les Caractéristiques de l'offre produit et le Développement des banques participatives.

- **Respect de la « Charia »**

Les convictions religieuses ont un rôle très important dans l'intention de choisir un produit financier islamique en général et *takaful* en particulier. Dans ce sens, le répondant 3 considère que la première cible des produits d'assurance *takaful* « ...sont les marocains qui évitent l'assurance conventionnelle pour des convictions religieuses et c'est même la raison d'être du *takaful*... ». Il ajoute aussi que, concernant la performance du *takaful* dans d'autres pays, « plus il y'a la sensibilité islamique de la population, plus le développement est important... ». De leur part, les opérateurs *takaful* doivent inspirer confiance auprès de leur cible composée des personnes ayant des convictions religieuses en respectant les contraintes de la *charia*, « ... car la force du *takaful* réside dans sa conformité à la *charia*. ». En effet, « ... la conformité *charia* doit être respectée sur tous les volets (communication, organisation, produits, ...), car s'il y'a un doute ou confusion, le *takaful* risque de perdre une grande partie des clients... ».

- **Perception et connaissance**

Une certaine partie des clients de l'Afrique du Nord (les marocains) tendent à agir après l'occurrence du risque plutôt que de se protéger par anticipation, et souscrivent des contrats d'assurance uniquement par obligation. Par ailleurs, les compagnies d'assurances trouvent des difficultés à les convaincre de souscrire des contrats d'assurance facultative tel que déclaré par le répondant 1 dans sa réponse à la perception des Marocains envers l'assurance : « Il s'agit d'une réponse à un besoin obligatoire de couverture en premier lieu (exemple : assurance automobile, maladie, responsabilité civile, accident de travail, décès emprunteur). En effet, il est très difficile de convaincre les clients d'avoir des couvertures facultatives, sauf pour le cas des contrats épargne en raison de leurs avantages fiscaux. ».

D'une manière générale, les Marocains ont une mauvaise perception de l'assurance. En particulier, et concernant la conformité de l'assurance conventionnelle à la *charia*, le répondant 3 avance que : « pour l'assurance obligatoire comme l'automobile par exemple, la première perception est que l'assurance est légitime et l'autre perception considère qu'elle ne respecte pas la *charia*. Pour ce qui est facultatif, il y'a les gens qui n'ont pas des problèmes religieux, mais il y'a d'autres qui évitent totalement pour des raisons religieuses. ».

Les entretiens ont aussi exploré les points de vue des répondants sur la connaissance des Marocains de l'assurance *takaful*.

Les personnes interrogées sont unanimes sur le faible degré de connaissance qui « ...se limite surtout aux bénéficiaires des financements bancaires participatifs, les professionnels de la finance participative et certains académiciens. ». En outre, cette connaissance est très limitée en raison de la complexité du modèle économique du *takaful*, qui reste perçu en premier lieu comme une assurance basée sur la *charia*.

- **Caractéristiques de l'offre produit**

Les opérateurs *Takaful* vont démarrer leur activité avec un nombre de produits limité. Dans ce sens « ...le choix a été fait de façon à ce que le secteur démarre avec les produits de couverture de base à savoir : emprunteur, multirisque habitation et épargne. ». Or, parmi les facteurs incitant à la souscription des contrats *takaful* figure la proposition de « ... couvertures qui répondent au besoin de l'assuré... ».

Le prix est un autre aspect de l'offre qui est déterminant dans la participation dans un produit *takaful* « ... avec une proposition de tarifs concurrentiels par rapport au conventionnel. » ou du moins « ... un prix abordable qui n'est pas en grand déphasage avec celui pratiqué dans le conventionnel... ».

- **Développement des banques participatives**

Au Maroc, pays de l'Afrique du Nord, chaque compagnie d'assurance conventionnelle dispose d'un partenaire bancaire conventionnel, avec ou sans lien capitalistique, lui permettant de commercialiser certains types de produits d'assurances.

La création des filiales *takaful* permet à ces assureurs de renforcer ce partenariat à travers notamment la couverture des risques liés aux financements octroyés par les banques participatives. En effet, « *Il y'a une grande attente chez ces banques, car elles octroient des financements mourabaha sans couverture...* ». Sans oublier que « *les clients des banques participatives sont la première cible de l'assurance takaful qui permettra d'assurer le bon démarrage de l'activité takaful.* ».

Sur un horizon moyen-long terme, la croissance attendue des activités des banques participatives et de leur clientèle encouragera la distribution de nouveaux produits *bancatakaful* à l'image des produits bancassurance. À cet égard, et selon le répondant 3 « ... les études de marché ont montré une grande attente des marocains pour les produits islamiques en général et le *takaful* en particulier. Les conclusions sont très encourageantes et nous sommes optimistes. ».

4.2. Stratégies favorisant l'adoption des produits takaful au Maroc

Notre étude a mis en relief deux stratégies favorisant l'adoption des produits de Finance islamique en Afrique du Nord. Ces stratégies ont été identifiées dans le cadre du produit « *takaful* » au Maroc. Il s'agit de l'« *éducation financière* » et de l'« *accessibilité* ».

- **Éducation financière**

Certains marocains de l'Afrique du Nord demeurent sceptiques quant au respect de la finance islamique des contraintes de la « *charia* ». À cet égard, les opérateurs *takaful* doivent expliquer et montrer au marché que leur activité est bien conforme aux principes de la *charia* en mettant en avant le rôle joué par le Conseil Supérieur des Oulémas. En effet, l'une des principales particularités ayant été prise en compte dans l'introduction de l'industrie *takaful* au Maroc est que « *...la fatwa appelé avis est centralisée chez le Conseil Supérieur des Oulémas, contrairement au pays du Golfe par exemple où chaque opérateur takaful a son propre charia board...* ». Concrètement et selon les propos du répondant 3, le rôle du Conseil Supérieur des Oulémas est d'« *assurer la conformité chariatique des produits, des lois et texte réglementaires. Le règlement de gestion comprend une explication de tous les volets pour assurer le respect de la charia qui doit être aussi validé par le Conseil Supérieur des Oulémas après chaque modification. Il exige aussi la fonction conformité charia comme représentant du Conseil Supérieur des Oulémas pour le respect de la charia et exige un rapport à remonter.* ».

Au-delà du respect des principes de la *charia*, et sur le plan opérationnel, la particularité de l'assurance *takaful* par rapport à son homologue conventionnelle « *... réside surtout dans le business model qui est basé sur la gestion des fonds contre une rémunération et un partage des pertes et profits comparativement à un modèle de gestion des risques pratiqué dans l'assurance conventionnelle.* ». Les opérateurs *takaful* doivent expliquer à leur clientèle les avantages financiers qui découlent de leur business model et notamment le fait que « *... les excédents techniques sont répartis entre les assurés, ce qui n'est pas le cas dans l'assurance conventionnelle...* ».

La vulgarisation des particularités de l'assurance *takaful* auprès du grand public dépend principalement du niveau de qualification du capital humain des opérateurs *takaful*. En outre, « une bonne formation et une maîtrise des produits peuvent donner plus de crédibilité au modèle et peuvent encourager la commercialisation des produits notamment ceux facultatifs. ». Les trois répondants ont confirmé que les ressources humaines qui ont été allouées par les compagnies d'assurance à l'activité *takaful* sont bien formés mais « ... reste très limité en termes de nombre et ça doit évoluer en termes d'effectif avec le développement de l'activité. ».

- **Accessibilité**

L'usage de la technologie est devenu une impérative pour le développement des entreprises. De ce fait, plusieurs compagnies d'assurances marocaines se sont lancées dans des projets de transformation digitale afin de faciliter l'accès à leur service pour leurs clients actuels, d'une part, et d'attirer de nouveaux clients d'autre part. Concernant les compagnies *takaful*, « la technologie sera un point de distinction pour ces opérateurs qui vont se lancer dans une toute nouvelle activité et elle va permettre de bien démarrer l'activité en capitalisant sur l'expérience du conventionnel afin de proposer un modèle digitalisé optimal et efficace. ».

D'autres actions encourageant l'accès aux produits *takaful* qui entrent dans le cadre de la qualité du service client ont été évoquées par le répondant 1. Il s'agit «... (d') une bonne communication et présentation des produits et du modèle d'assurance *takaful*, une proximité entre les réseaux de distribution et les clients, une facilité du parcours client en le digitalisant depuis l'entrée en relation jusqu'au règlement de la prestation...».

4.3. Discussion relative aux résultats et implications théoriques et pratiques

Nous mettons ici en exergue les défis face à l'assurance « *takaful* » dans le contexte marocain d'une part et d'autre part les implications théoriques et pratiques de cette étude seront exposées.

- **Défis face à l'assurance « *takaful* » dans le contexte marocain**

L'assurance *takaful* permet d'offrir, à la fois, une protection aux personnes qui refusent de souscrire des contrats d'assurance conventionnelle pour des convictions religieuses, et une nouvelle opportunité aux compagnies d'assurances d'élargir leur base client. Si la demande potentielle pour les produits *takaful* est là, il n'en demeure pas moins que le défi consiste à encourager le public à participer dans ce nouveau mode d'assurance en apportant de la valeur additionnelle aux yeux des clients.

Dans cette étude qualitative, nous avons analysé les informations recueillies de la part de trois professionnels de l'assurance, qui sont engagés dans des projets de lancement de l'activité *takaful* au sein de leurs compagnies.

Ces professionnels sont bien placés pour parler des facteurs influençant l'adoption des produits *takaful* par la clientèle et proposer des stratégies pour encourager l'acceptation de ces nouveaux produits. L'étude a montré que ces facteurs, qui sont en même temps des défis, sont liés au respect de la *charia*, à la perception et connaissance des clients, aux caractéristiques de l'offre produit et au développement des banques participatives.

Plus en détail, l'adoption des produits *takaful* est tributaire du respect de la *charia* que ça soit du côté de la demande (convictions religieuses) ou du côté de l'offre (conformité des opérateurs). Un autre facteur tout aussi important réside dans le degré de connaissance et de la perception des marocains de l'assurance en général et du *takaful* en particulier.

Par ailleurs, l'attractivité des produits *takaful* est liée aux caractéristiques de l'offre produit en termes de types de couverture et de prix proposés. Il existe aussi un élément exogène déterminant, à savoir le développement des banques participatives, qui affichent un besoin

immédiat de couverture des risques inhérents aux financements participatifs et constituent un canal de distribution important pour d'autres produits *takaful* dans le futur.

- **Implications théoriques et pratiques**

La présente étude est la première à offrir une compréhension des déterminants de l'adoption des produits *takaful* au Maroc, à l'aide d'entretiens approfondis. De plus, elle apporte une contribution importante, à la fois, d'ordre théorique et pratique.

Théoriquement, cette recherche contribue à l'enrichissement de la littérature sur la demande des produits *takaful* en étudiant les facteurs d'influence dans le contexte marocain représentative de celui de l'Afrique du Nord. De plus, elle s'inscrit dans la continuité des études précédentes en explorant le sujet à l'aide d'une méthode qualitative.

Les résultats obtenus confirment les conclusions des études précédentes, à savoir que des facteurs individuels tels que le respect de la *charia* ainsi que la connaissance et perception du *takaful* ont une influence importante sur la demande des produits *takaful*. Il est important de noter aussi que cette recherche identifie comment les caractéristiques de l'offre produits affectent la participation à l'assurance *takaful*. En outre, et en ce qui concerne la relation entre le développement des banques participatives et l'adoption des produits *takaful*, elle offre de nouvelles perspectives sur les facteurs qui influencent indirectement la demande en *takaful*.

L'assurance « *takaful* » est connue principalement comme une forme d'assurance qui opère conformément aux principes de la *charia*. Cette dimension religieuse a été identifiée dans la littérature comme l'un des principaux critères motivant les clients à opter pour le *takaful* plutôt que l'assurance conventionnelle. À cet égard, les résultats de notre étude sont cohérents avec les conclusions des recherches de Kehinde et Sharofiddin (2021), Farhat et al. (2019), Echchabi et Ayedh (2015), Echchabi et al. (2014), Mohammed et Mat Nor (2014) et Ayinde et Echchabi (2012), qui ont révélé que la conformité à la *charia* a un impact significatif sur la demande du *takaful*.

Comme il ressort des résultats, cette recherche suggère que la connaissance et perception du *takaful* présente aussi un défi majeur face à l'adoption des produits *takaful*. À ce titre, les résultats sont en ligne avec les constats des études de Kehinde et Sharofiddin (2021), Md Husin et Ab Rahman (2016), Ayinde et Echchabi (2012) et Rahim et Amin (2011), qui ont montré que le recours à l'assurance *takaful* est impacté par le niveau de connaissance et de compréhension de ce régime.

Un autre facteur semble avoir un impact moins important sur l'adoption du *takaful* est celui lié aux caractéristiques de l'offre produit. Ce constat rejoint l'étude de Coolen-Maturi (2013). Son étude a montré que les répondants à l'enquête menée parmi les communautés musulmanes britanniques sont susceptibles d'acheter une assurance voiture, santé, et habitation si la même couverture est offerte que l'assurance conventionnelle et si les prix sont compétitifs.

Sur le plan pratique, les résultats de cette étude ont des implications importantes dans la mise en œuvre de stratégies favorisant l'adoption des produits *takaful* au Maroc.

En premier lieu, les opérateurs *takaful* doivent apporter une attention particulière à l'éducation financière concernant l'importance de la protection en général, et les services que peut offrir le *takaful* dans ce sens tout en respectant les principes de la *charia*. Une telle stratégie est primordiale afin de pallier à la perception négative du grand public à l'égard de l'assurance et à la connaissance insuffisante du *takaful*, et passe notamment par une amélioration du niveau de qualification des professionnels des opérateurs *takaful*. D'autres intervenants peuvent aussi contribuer dans cet effort d'éducation financière comme l'Autorité de Contrôle des Assurances et de la Prévoyance Sociale ainsi que les acteurs du monde académique.

Par ailleurs, ces nouveaux entrants dans le marché marocain des assurances, doivent œuvrer à faciliter l'accès des clients à leurs produits et services. Ceci en proposant une meilleure

qualité de service à travers notamment une offre produit à des prix abordables et compétitifs qui répond au besoin de couverture des clients. Par ailleurs, l'adoption de la technologie par le biais de la digitalisation des processus facilitera l'accès à leurs produits et services, et en particulier chez la nouvelle génération hyper-connectée. Dans la même optique, l'intervention publique peut avoir un rôle à jouer via l'instauration d'incitations fiscales par exemple.

5. Conclusion

L'assurance islamique « Takaful » dans un contexte africain de la finance islamique, bouleverse le marché des produits d'assurance. Ce produit financier islamique s'est avéré comme un investissement et produit de prévoyance fiable et sûr par rapport aux produits d'assurances classiques qui utilisent le marché des actions pour atteindre des objectifs de rendement qui peuvent se transformer en fiasco financier (Ayinde & Echchabi, 2012).

En effet, la présente recherche a permis de mettre en relief, la réalité de l'assurance islamique dans le contexte marocain de l'Afrique du Nord en montrant ses spécificités par rapport à l'assurance conventionnelle.

Les résultats ont permis d'identifier quatre facteurs qui influencent l'adoption des produits « Takaful » par les clients africains. Ce sont : « le respect de la charia », « la perception et connaissance », « les caractéristiques de l'offre produit » et « le développement des banques participatives ». Les résultats ont permis également de mettre en relief deux stratégies suivies par les opérateurs financiers qui favorisent l'adoption des produits de Finance islamique en Afrique. Chaque stratégie est déterminée par les variables susmentionnées. Il s'agit de l'« éducation financière » et de l'« accessibilité ». Aussi, les défis face à l'adoption de l'assurance « Takaful » dans le contexte africain et les implications théoriques et pratiques de cette étude ont été soulignés.

Malgré ses apports, cette étude est sujette à un certain nombre de limites. Le premier concerne l'étroitesse de l'échantillon et la mesure dans laquelle les résultats générés par l'étude pourraient être pertinents pour un nombre plus large de répondants parmi les professionnels du secteur d'assurances. De ce fait, de futures recherches utilisant des échantillons plus larges sont attendues. Il existe également des limites liées à la méthodologie dans la mesure où toutes les données ont été recueillies à travers des entretiens semi-directifs auprès de professionnels du secteur de l'assurance.

Or, il n'y avait aucune information sur le terrain du point de vue des clients pour corroborer les résultats. Ainsi, il serait intéressant de voir comment les convictions religieuses, la connaissance et perception des clients ainsi que les caractéristiques de l'offre Produit affectent l'adoption des produits *takaful* du point de vue des clients en utilisant une approche quantitative.

Références

- (1). Abdelbari, E. K. (2012). Éthique et performance : le cas des indices boursiers et des fonds d'investissement en finance islamique. Doctoral dissertation, Université d'Auvergne-Clermont-Ferrand I.
- (2). Abdul Razak, S. H., Shawtari, F. A., & Elsalem, B. A. (2021). Ownership type, business model, market structure, and the performance of Takaful and conventional insurance companies in Malaysia. *Cogent Economics & Finance*, 9(1), 1888436.
- (3). Achibane, M., & Cherkaoui, K. (2017). Problème de refinancement et de gestion des risques de la finance islamique : le cas du Maroc. *Revue africaine de management*, 2(2), 19-33.
- (4). Ahmad, N., Wan Suriea, W. E., & Ariffin, U. N. (2019). Determinants of investment performance : evidence from the islamic and conventional insurance companies in Malaysia. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 22(S1), 24-42.
- (5). Alshammari, A. A., Alhabshi, S. M., & Saiti, B. (2019). The impact of competition on cost efficiency of insurance and takaful sectors : Evidence from GCC markets based on the Stochastic Frontier Analysis. *Research in International Business and Finance*, 47, 410-427.
- (6). Alshammari, A. A., Alhabshi, S. M., & Saiti, B. (2019). The impact of oil prices and the financial market on cost efficiency in the insurance and Takaful sectors : Evidence from a stochastic frontier analysis. *Economic Systems*, 43(3-4), 100716.
- (7). Ayinde, L. O., & Echchabi, A. (2012). Perception and adoption of Islamic insurance in Malaysia: An empirical study. *World Applied Sciences Journal*, 20(3), 407-415.
- (8). Badji, D. (2019). La finance islamique, rente potentielle pour la croissance et le développement du secteur primaire : cas du département de Ziguinchor. *riveresdusud.uasz.sn*.
- (9). Bouchoul, R., & Chenini, A. (2011). Les sociétés d'Assurances Takaful et les sociétés d'assurances Traditionnelles Entre la Théorie et l'Expérience Pratique. Université Ferhat Abbas.
- (10). Chiadmi, M. S. (2015). La volatilité des indices boursiers islamiques dans le contexte de la crise financière. Doctoral dissertation, Ecole Mohammadia d'Ingénieurs.
- (11). Coolen-Maturi, T. (2013). Islamic insurance (takaful) : demand and supply in the UK. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*.
- (12). Crouch, M., & McKenzie, H. (2006). The logic of small samples in interview-based qualitative research. *Social science information*, 45(4), 483-499.
- (13). Echchabi, A., Olorogun, L. A., & Azouzi, D. (2014). Islamic insurance prospects in Tunisia in the wake of the Jasmine revolution : A survey from customers' perspective. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.
- (14). Hair, J. F., Money, A. H., Samouel, P., & Page, M. (2007). *Research methods for business. Education+ Training*.
- (15). <https://ifsb.org/> : islamic financial services board (consulté le 20/10/2022).
- (16). Husin, M. M., & Ab Rahman, A. (2016). Do Muslims intend to participate in Islamic insurance? Analysis from theory of planned behaviour. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 7(1), 42-58.
- (17). Kamil, N. M., & Nor, N. B. (2014). Factors influencing the choice of takaful over conventional insurance: The case of Malaysia. *Journal of Islamic Finance*, 176(3192), 1-14.
- (18). Kehinde, L. H., & Sharofiddin, A. (2021). The Level of Acceptance and Awareness of Takaful in Nigeria. *Journal of Islamic Finance*, 10(1), 46-58.

- (19). Kindo, H. (2019). Potentiel de financement des projets à travers l'émission de sukuk au sein de l'écosystème participatif marocain. RUFSSO, 14, 107-124.
- (20). McCauley, S. R., Wilde, E. A., Anderson, V. A., & Bedell, G. (2012). Recommendations for the use of common outcome measures in pediatric traumatic brain injury research. *Journal of neurotrauma*, 29(4), 678-705.
- (21). Njima, N. E., & ZOUARI, S. M. (2012). Enjeux et opportunités du développement de la Finance Islamique en Tunisie. *Journal of Academic Finance*(2).
- (22). Shahid, Q., & Sarfraz, M. (2021). Transfer of entrepreneurship education best practices from business schools to engineering and technology institutions: evidence from Pakistan. *The Journal of Technology Transfer*, 46(2), 366-392.
- (23). Wahab, E. A., How, J. C., & Verhoeven, P. (2007). The impact of the Malaysian code on corporate governance: Compliance, institutional investors and stock performance. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 3(2), 106-129.