



GREEN DELTA, BANGLADESH – ASSURER UN MEILLEUR AVENIR POUR LES FEMMES

1. INTRODUCTION

Green Delta Insurance Company (GDIC), une compagnie privée d'assurances non-vie au Bangladesh, a été fondée en décembre 1985 sous forme de société anonyme. En 2013, elle devient la première compagnie d'assurances d'Asie du Sud à bénéficier d'une prise de participation de la Société financière internationale (IFI), entité membre du Groupe de la Banque mondiale. À la différence de la plupart des compagnies d'assurances non-vie du Bangladesh, GDIC se spécialise dans la protection des individus et de leurs patrimoines ainsi que des petites et moyennes entreprises (PME).

Encadré 1.

GREEN DELTA INSURANCE COMPANY EN BREF

- Green Delta Insurance Company (GDIC) démarre ses activités en janvier 1986, avec un capital libéré de 30 millions de takas (environ 1 million de dollars à l'époque).
- GDIC détient la plus grande part du marché de l'assurance non-vie au Bangladesh (14 %).
- En 2019, les femmes représentaient 24 % de son effectif.
- GDIC est la seule compagnie d'assurances non-vie du Bangladesh à avoir adhéré aux [Principes d'autonomisation des femmes](#) du Pacte mondial des Nations Unies.
- En 2016, la directrice générale de GDIC, Farzana Chowdhury, a été honorée du titre de pionnière locale des Objectifs de développement durable lors du Sommet des dirigeants du Pacte mondial des Nations Unies, pour ses efforts de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes par le biais des polices d'assurance et services du produit *Nibedita*.
- En 2019, lors de la 23^e cérémonie des récompenses du secteur de l'assurance en Asie (*Asia Insurance Industry Awards*), M^{me} Chowdhury a reçu le prix de la meilleure femme dirigeante de l'année dans cette branche d'activité.

Sources : GDIC, Pacte mondial des Nations Unies, Asia Insurance Review 2019.

EN PARTENARIAT AVEC



Elle est non seulement la première compagnie d'assurances non-vie à vendre des polices d'assurance à des particuliers, mais aussi la première à cibler les femmes. En 2014, la compagnie lance *Nibedita*, une assurance générale contre les accidents visant à la fois les femmes urbaines et rurales, aujourd'hui au service de femmes quelque soit leurs niveaux de revenus. Cette étude de cas résume la démarche inédite adoptée par GDIC au profit des femmes.

2. POURQUOI VISER PRINCIPALEMENT UNE CLIENTÈLE FÉMININE ?

2.1. ARGUMENTS EN FAVEUR DE SOLUTIONS D'ASSURANCE POUR LES FEMMES AU BANGLADESH

Au cours des dix dernières années, la croissance économique du Bangladesh s'est située en moyenne au-dessus de 6 %, ce qui a contribué à augmenter le revenu par habitant, réduire la pauvreté et améliorer des indicateurs sociaux comme la mortalité maternelle et les disparités entre hommes et femmes en matière d'éducation¹. Ces progrès sont dus en grande partie à la présence croissante des femmes dans la population active qui est passée de 4 % en 1974² à plus de 36 % en 2019³. Dans l'industrie du vêtement, qui représente environ 11 % du produit intérieur brut (PIB) du Bangladesh, les femmes constituaient la majorité des 4,4 millions de travailleurs du secteur avant la crise sanitaire de la COVID 19⁴.

En dépit de la croissance économique que connaît le pays, le taux de pénétration des assurances^a demeure exceptionnellement faible. Comme le relève le gouvernement dans son 7^e plan quinquennal (2016–2020), les Bangladais dans leur majorité bénéficient peu des services qu'offrent aussi bien le secteur de l'assurance vie que celui de l'assurance non-vie⁵. Pour 2018, le taux global de pénétration des assurances n'était que de 0,57 %— le plus faible de tous les pays émergents d'Asie⁶. Selon Lloyd's, le Bangladesh est le pays le moins assuré au monde⁷.

L'évolution du rôle des femmes, de ménagères à professionnelles, ouvre un nouveau segment de marché intéressant au secteur des assurances, à condition que ce dernier s'adapte et propose les solutions d'assurance dont cette clientèle féminine a besoin. IFC estime que d'ici à 2024, le segment féminin du marché des assurances au Bangladesh s'évaluera à près de 33 milliards de takas (393 millions de dollars)^b. La valeur du secteur de l'assurance non-vie sera de 9,6 milliards de takas (114 millions de dollars). Cette croissance sera tirée principalement par le nombre plus considérable de femmes employées dans le secteur formel, par leurs revenus et patrimoines plus importants et par le pourcentage plus élevé d'entrepreneures, dont environ 26 % de chefs d'entreprise⁸.

IFC estime que d'ici à 2024, le segment féminin du marché des assurances au Bangladesh s'évaluera à près de 33 milliards de takas (393 millions de dollars). La valeur du secteur de l'assurance non-vie sera de 9,6 milliards de takas (114 millions de dollars).

2.2. ZOOM SUR LES BESOINS DES FEMMES EN MATIÈRE DE PROTECTION CONTRE LES RISQUES

Le taux d'alphabétisation des Bangladaises est de 94,9 %, plus élevé que celui des hommes (91,8 %)⁹. D'après des études, les Bangladaises ayant accès à des emplois rémunérés en dehors de la maison sont plus autonomes que celles ayant des emplois domestiques, salariés ou non. Cette autonomie concerne notamment la gestion des dépenses du ménage, l'accès à un compte d'épargne et la liberté de circulation¹⁰. La loi autorise les Bangladaises à demander à se faire établir des passeports et des cartes nationales d'identité et à être des chefs de famille, les mêmes droits reconnus aux hommes¹¹. Mais en ce qui concerne les finances du ménage, la décision revient généralement aux maris¹².

En outre, les femmes ne jouissent pas des mêmes droits de succession que les hommes¹³. Ceci signifie que les femmes, particulièrement celles des ménages pauvres en milieu urbain et rural, sont plus vulnérables aux chocs exogènes, comme le décès de leur époux, la faillite de leur entreprise ou de leur employeur et les pertes résultant d'une catastrophe naturelle. Les mères célibataires, à la tête de près de 12,5 % des ménages au Bangladesh, sont un segment de la population spécialement vulnérable qui a besoin d'être protégé contre les risques¹⁴.

La sécurité des hommes et des femmes est considérablement différente, à l'intérieur et hors de la maison. Le Fonds des Nations Unies pour la Population au Bangladesh estime que deux tiers environ des femmes ont subi des violences sexuelles et sexistes dans leurs vies¹⁵. Selon l'ONG BRAC, 94 % des « usagères » des transports publics interrogées ont été victimes de harcèlement verbal, physique ou d'autres formes de harcèlement sexuel¹⁶. Les Bangladaises sont aussi exposées à un risque plus élevé de harcèlement et de violence sur le lieu du travail : 60 % des travailleuses du secteur du vêtement interrogées ont été victimes d'intimidation ou de menaces par la violence au travail¹⁷. Pour les femmes, ce type d'expérience peut influencer le choix des moyens de déplacement pour se rendre au travail, le désir de travailler et la capacité à travailler de manière efficace. Il y a 10 % moins de chances que les Bangladaises qui affirment ne pas se sentir en sécurité hors de la maison participent au marché du travail¹⁸.

a Le rapport entre les primes d'assurance totales et le produit intérieur brut.

b Estimation par IFC de la taille du segment féminin du marché des assurances d'après les données prévisionnelles disponibles au 10 janvier 2019. L'estimation ne tient pas compte des effets encore inconnus de la COVID-19 sur la population active féminine, élément clé des prévisions.



“

Nous voulions offrir une solution d'assurance capable d'aider les femmes à avancer en toute confiance tout en garantissant leur indépendance sociale et financière.

- Farzana Chowdhury, DG, GDIC

3. L'APPROCHE DE GDIC VIS-À-VIS DES BANGLADAISES

APPROCHE 1 : CONCEVOIR DES SOLUTIONS QUI PROTÈGENT LES BANGLADAISES

La sécurité étant une problématique majeure en ce qui concerne les Bangladaises, en 2014, GDIC a lancé *Nibedita*, une assurance accidents personnels visant particulièrement les femmes. En plus de couvrir l'assurée en cas de mort accidentelle et de handicap, la police *Nibedita* dédommage les femmes du traumatisme résultant du viol, du harcèlement sexuel, du vol ou d'une agression à l'acide.

Nibedita offre aussi une couverture élargie au décès des suites de l'accouchement et à la perte ou la destruction de biens d'équipement ménager et de biens personnels lors de catastrophes (incendies, foudre, émeutes, typhons, cyclones, tempêtes de vent, inondations et séismes).

APPROCHE 2 : UNE APPLICATION MOBILE OFFRANT DES SOLUTIONS AUX PROBLÈMES DU QUOTIDIEN

En 2016, pour compléter son produit *Nibedita*, GDIC a lancé *Nibedita* Mobile App, guichet unique et plateforme de ressources au service des assurées. Cette application gratuite encourage l'auto-suffisance en permettant aux usagères d'accéder à des programmes de développement des connaissances et des compétences, des bourses, des services financiers, des interventions d'urgence, des conseils juridiques, des hôpitaux, des avis médicaux et conseils dans le domaine de la santé mentale.

S'agissant des interventions d'urgence, l'application comporte un bouton d'alerte que les usagers peuvent activer s'ils se retrouvent dans une situation dangereuse. Lorsque ce bouton est activé, l'application émet instantanément un son de sirène et envoie un message de détresse contenant les coordonnées géographiques aux parents de l'utilisateur, à la direction de GDIC et au prestataire des interventions d'urgence qui envoie une équipe de secours dans les 15 à 30 minutes.

L'application fait aussi la promotion des programmes de renforcement des capacités organisés par GDIC et communique le calendrier et le lieu de ces sessions. La formation qu'offre GDIC englobe les finances personnelles, la comptabilité et la gestion d'entreprise. En moyenne, la compagnie organise chaque année 12 sessions et ateliers de renforcement des capacités en présentiel dans ses bureaux à travers le pays et, entre 2017 et 2019, elle a organisé environ 117 discussions de groupe et 7 tournées de présentation. Les programmes de formation et ces sessions ont ensemble permis à l'assureur de toucher plus de 100 000 femmes de tous âges et niveaux de revenu.

APPROCHE 3 : INNOVATION GRÂCE À L'ÉTUDE ET AU DÉVELOPPEMENT DE MARCHÉS

La stratégie centrée sur les clients qu'applique GDIC lui permet d'apprendre aisément à mieux connaître sa clientèle, d'améliorer ses offres et d'en élargir continuellement la portée. Au moment de son lancement, *Nibedita* visait essentiellement les femmes nanties. Ce segment n'ayant pas réservé un accueil enthousiaste au produit, GDIC a révisé sa cible et élargi l'offre aux femmes à revenu faible et intermédiaire.

À la suite d'une étude de marché et des échanges avec les femmes participant aux programmes d'information et de renforcement des capacités de la compagnie, les dirigeants de GDIC ont réalisé que le marché féminin au Bangladesh était très variable, en fonction du niveau socioéconomique, et que les polices et services d'assurance de la compagnie devaient être adaptés aux besoins et problèmes variés des femmes.

Fort d'une meilleure compréhension des femmes dans le pays, en 2018, GDIC a ajouté deux nouvelles solutions à *Nibedita* : *Nibedita* Eco, pour les segments vulnérables comme les travailleuses du secteur du vêtement, et *Nibedita* Plus, destiné aux grandes voyageuses fortunées. Le nom du produit de départ fut aussi changé en *Nibedita* Regular. L'ensemble de ces polices couvre les femmes de tous niveaux de revenus. (Voir au tableau 1 les caractéristiques de chaque solution).

Tableau 1
OFFRES DE NIBEDITA^c

	Nibedita Eco	Nibedita Regular	Nibedita Plus
Prime annuelle	À partir de BDT 40 (USD 0,47)	À partir de BDT 580 (USD 7)	À partir de BDT 10 470 (USD 123)
Montant assuré	Minimum : BDT 50 000 (USD 589) Maximum : BDT 200 000 (USD 2 357)	Minimum : BDT 100 000 (USD 1 178) Maximum : BDT 1 000 000 (USD 11 785)	Minimum : BDT 500 000 (USD 5 893) Maximum : BDT 1 000 000 (USD 11 785)
Âge	14 à 75 ans		
Indemnité pour traumatisme	Oui		
Assurance maladie	Non		Oui
Évacuation	Non		Oui

Source : Rapport annuel Green Delta 2018

PERFORMANCE DU PORTEFEUILLE NIBEDITA (EN SEPTEMBRE 2019)



45 000

Total d'assurées
Nibedita en cours



50 %

Pourcentage d'assurées
Nibedita en cours ayant
souscrit une couverture Eco



15 %

Taux de croissance moyen
par an des assurées Nibedita



60 %

Taux moyen
de renouvellement
des contrats

Bien que *Nibedita Eco* et *Plus* furent lancés en 2018 seulement, dès septembre 2019, *Nibedita Eco*, la plus abordable des offres de la compagnie, représentait 50 % du portefeuille *Nibedita*. Certes, les solutions *Nibedita* visaient au départ les femmes âgées de 18 à 75 ans, mais l'étude de marché et les échos recueillis auprès des agents ont fait comprendre aux dirigeants de GDIC qu'il existait une demande en dehors de cette tranche d'âge. Les produits couvrent désormais les femmes de 14 à 75 ans.

APPROCHE 4 : MOBILISER LES PARTENARIATS POUR RENFORCER L'OFFRE DE SOLUTIONS DE GDIC

Les partenariats ont été déterminants pour le succès de GDIC. En ce qui concerne l'application *Nibedita Mobile App*, GDIC collabore avec plus de 30 partenaires qui offrent des services à valeur ajoutée à ses assurés. Ces partenaires sont notamment les autorités policières, les prestataires de santé et d'éducation et les compagnies spécialisées dans l'art de vivre et les voyages. Si l'assurance apporte un coussin financier, la sécurité et la tranquillité d'esprit, l'accès à des services à valeur ajoutée contribue à optimiser la valeur pour des clientes

de tous niveaux de revenus. Ces services ont aussi permis de renforcer la confiance des femmes dans l'assureur.

Il existe d'autres exemples de partenariats noués par GDIC et d'activités de proximité menées par la compagnie qui ont favorisé la sécurité et la protection des femmes, notamment :

- Le partenariat entre GDIC et IDLC Finance Limited (IDLC), l'établissement financier non bancaire le plus important du Bangladesh, qui offre aux clientes de GDIC des réductions sur les taux d'intérêt appliqués aux prêts (voir encadré 2).
- La collaboration de GDIC avec la division des technologies de l'information et de la communication du gouvernement qui sensibilise aux bienfaits des services d'assurance pour les Bangladaises.
- L'accord entre GDIC et Dnet's iSocial, une entreprise sociale qui rapproche la technologie numérique des groupes de population marginalisés^d. iSocial sert d'agent à GDIC, vendant les contrats *Nibedita* et d'autres polices d'accidents personnels aux populations rurales et mal desservies.

^c Taux de change de BDT 84,85 pour 1 dollar (30/6/2020) : <https://www.bb.org.bd/econdata/exchangerate.php>

^d iSocial est l'abréviation de « Infolady Social Enterprise Limited », une initiative d'autonomisation des femmes de Dnet. Source : <https://dnet.org.bd/page/infolady>

Encadré 2.

PARTENARIAT BANCASSURANCE AVEC IDLC

GDIC s'associe à IDLC pour se rapprocher des entrepreneures qui utilisent *Purnota*, un produit d'IDLC. Lancé en 2015 avec la collaboration des services-conseils d'IFC, *Purnota* est une solution globale destinée aux entrepreneures qui comprend des services financiers et non financiers (prêts, régime de dépôt, assurance, ateliers de développement des connaissances et des compétences et une ligne d'assistance téléphonique permettant d'obtenir des informations sur un large éventail de sujets). Comme noté, IDLC offre des rabais sur les taux d'intérêt pour les emprunts au titre de *Purnota* et ne prélève aucun frais de traitement aux assurés *Nibedita*.

Au fil des années, *Purnota* a très largement conquis le marché, ce qui s'est traduit par l'augmentation du portefeuille de prêts d'IDLC (de 28 millions de dollars en 2015 à 39 millions de dollars en 2019). Avec une clientèle de plus de 1 800 entrepreneures, *Purnota* est l'une des solutions PME phares du portefeuille d'IDLC.

Sources : IDLC. 2020. *Purnota (Women Entrepreneur Loan) and SME Finance Forum. 2020. Empowering Women Entrepreneurs: A Partnership Beyond Financing.*

4. REGARD INTROSPECTIF : COMMENT GDIC S'OCCUPE DE SES EMPLOYÉES

GDIC s'emploie aussi à devenir l'employeur idéal pour les femmes en créant un cadre de travail accueillant pour elles. Pour ce faire, elle accroît le nombre de femmes assumant les fonctions de vente, met continuellement en relief les contributions des femmes à ses opérations et élabore des politiques favorables aux femmes. En 2019, les femmes représentaient 24 % de l'effectif de la compagnie qui espère parvenir à la parité d'ici à 2030¹⁹.

Avant le lancement de *Nibedita*, les femmes de GDIC étaient surtout confinées aux opérations « d'arrière-plan ». Le lancement de *Nibedita* a toutefois favorisé l'arrivée d'un nombre plus important de femmes dans les équipes de vente.

La compagnie reconnaît que les femmes sont d'excellentes ambassadrices de la marque, aptes à nouer des relations, et elles comprennent les besoins de tous les membres de la famille. De surcroît, la directrice générale de GDIC est un modèle qui encourage une nouvelle génération de femmes à entreprendre la vente de polices d'assurance, une profession jadis pas très prisée par les Bangladaises.

GDIC offre des avantages uniques à ses employées : six mois de congé de maternité payé, des heures de travail souples pour celles qui allaitent, des possibilités de travail à domicile, des structures d'accueil des enfants et l'accès à des spécialistes internes de la santé mentale. La compagnie met aussi en œuvre des programmes de formation et de perfectionnement ciblés destinés à attirer de nouvelles employées afin de retenir les meilleures. La formation porte notamment sur les capacités de direction, la vente, les opérations de souscription et la gestion des risques.



5. ENSEIGNEMENTS DE L'EXPÉRIENCE DE GDIC

GDIC comprend aujourd'hui que les femmes du Bangladesh sont exposées à des risques particuliers et les solutions d'assurance doivent répondre à leurs besoins et aux difficultés qu'elles rencontrent. Comme noté plus haut, le produit *Nibedita* de GDIC offre, entre autres, une application mobile équipée d'un bouton d'alerte, le renforcement des capacités, des services à valeur ajoutée par le biais de ses partenariats stratégiques avec des prestataires d'éducation, de services financiers et de santé, des équipes d'intervention d'urgence et des juristes.

GDIC met en évidence quatre enseignements que les compagnies d'assurance devraient retenir pour pénétrer le marché des femmes :

- S'assurer que la direction est engagée dans le programme.
- Comprendre les difficultés auxquelles se heurtent les femmes et créer des solutions et services qui y répondent.
- Penser aussi bien à l'impact sur le développement qu'au succès financier.
- Mobiliser des partenaires pour innover et offrir des solutions à la clientèle féminine.

Enfin, GDIC soutient que deux facteurs ont concouru à son succès : garder l'attitude d'une « start-up », caractérisée par l'engagement et la patience. La compagnie souligne qu'elle continue d'apprendre et d'améliorer les solutions qu'elle offre aux femmes. Elle reconnaît par ailleurs qu'il faudra du temps pour pérenniser son impact auprès des femmes.

NOTES DE FIN

- 1 Fonds monétaire international (FMI). 2018. IMF Country Focus: "Bangladesh: Building a Strong and Inclusive Economy." June 8, 2018. <https://www.imf.org/en/News/Articles/2018/06/06/NA060818-Bangladesh-Building-A-Strong-Inclusive-Economy>
- 2 Heintz, James, Naila Kabir, et Simeen Mahmud. 2018. "Cultural Norms, Economic Incentives and Women's Labour Market Behaviour: Empirical Insights from Bangladesh." Oxford Development Studies. 2018. <https://doi.org/10.1080/13600818.2017.1382464>
- 3 Banque mondiale. 2020. Organisation internationale du travail, ILOSTAT. <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TF.CACT.FE.ZS?locations=BD>
- 4 Fathi, Nazila. 2020. "Safety First: Bangladesh Garment Industry Rebounds." IFC Insights. https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/news_ext_content/ifc_external_corporate_site/news+and+events/news/insights/bangladesh-garment-industry
- 5 Ouattara, Korotoumou. 2016. *Bangladesh Insurance and Private Pension Market Development Project*. Concept Project Information Document, Integrated Safeguards Document. Washington, DC: Banque mondiale. <http://documents.worldbank.org/curated/en/493211468005398898/Concept-Project-Information-Documents-Integrated-Safeguards-Documents-Bangladesh-Insurance-and-Private-Pension-Market-Development-Project-P156823>
- 6 Swiss Re Institute. 2019. "World Insurance: the great pivot east continues." Sigma no 3/2019. https://www.swissre.com/dam/jcr:b8010432-3697-4a97-ad8b-6cb6c0aee33/sigma3_2019_en.pdf
- 7 Lloyd's. 2018. "A world at risk: Closing the insurance gap". *A Lloyd's Risk Report*. <https://www.lloyds.com/news-and-risk-insight/risk-reports/library/understanding-risk/a-world-at-risk>
- 8 Mastercard. 2018. "Mastercard Index of Women Entrepreneurs (MIWE) 2018." www.newsroom.mastercard.com. https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2018/03/MIWE_2018_Final_Report.pdf
- 9 Banque mondiale. 2019. *Gender Data Portal: Bangladesh*. <http://datatopics.worldbank.org/gender/country/bangladesh>
- 10 Kabeer, Nalia. 2016. "Economic Pathways to Women's Empowerment and Active Citizenship: What Does the Evidence from Bangladesh Tell Us?" *The Journal of Development Studies*, 1–15. http://eprints.lse.ac.uk/68376/1/Kabeer_Economic_pathways_to_womens_empowerment.pdf
- 11 Groupe de la Banque mondiale. 2018. *Les Femmes, l'Entreprise et le Droit 2018*. Washington, DC: Groupe de la Banque mondiale. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/29498>
- 12 Solotaroff, Jennifer L., Aphichoke Kotikula, Tara Lonnberg, Snigdha Ali, Rohini P. Pande, et Ferdous Jahan. 2019. *Voices to Choices: Bangladesh's Journey in Women's Economic Empowerment*. International Development in Focus. Washington, DC: Groupe de la Banque mondiale. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/30881/9781464813740.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- 13 Op cit. *Les Femmes, l'Entreprise et le Droit 2018*. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/29498>
- 14 Banque mondiale. 2014. *Female-headed households (% of households with a female head)*. Demographic and Health Surveys. World Bank Data. <https://data.worldbank.org/indicator/SP.HOU.FEMA.ZS>
- 15 UNFPA (United Nations Population Fund) Bangladesh. 2019. *Annual Report 2019: Progress and Highlights*. <https://bangladesh.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/UNFPA%20Bangladesh%20-%20Annual%20Report%202019%20-%20Version%20-%20Low%20Resolution.pdf>
- 16 Staff Correspondent. 2018. "Public Transport: 94 Percent of Women Harassed." *The Daily Star*. March 07, 2018. <https://www.thedailystar.net/frontpage/public-transport-94pc-women-harassed-1544506>
- 17 Global Fund for Women. 2020. *Ending Violence Against Women in the Garment Industry: Infographic*. San Francisco: Global Fund for Women. <https://www.globalfundforwomen.org/garment-industry-violence-infographic/>
- 18 Kotikula, Aphichoke, Ruth Hill, et Wameq Azfar Raza. 2019. *What Works for Working Women? Understanding Female Labor Force Participation in Urban Bangladesh*. Washington, DC: Banque mondiale. <http://documents.worldbank.org/curated/en/265491570091030693/pdf/What-Works-for-Working-Women-Understanding-Female-Labor-Force-Participation-in-Urban-Bangladesh.pdf?deliveryName=DM48886>
- 19 GDIC and CSR Centre Bangladesh. 2019. *Clarion Call for achieving the SDGs: 2019 SDG Report*. Dhaka: GDIC. <https://green-delta.com/sdg-report/>

À PROPOS D'IFC

La Société financière internationale (IFC), organisation parente de la Banque mondiale et membre du Groupe de la Banque mondiale, est la principale institution mondiale de développement axée sur le secteur privé dans les pays émergents. Elle mène des opérations dans plus d'une centaine de pays, consacrant son capital, ses compétences et son influence à la création de marchés et d'opportunités dans les pays en développement. Au cours de l'exercice 19, elle a investi 19 milliards de dollars dans des sociétés privées et dans des institutions financières dans des pays en développement, mobilisant ainsi les capacités du secteur privé pour mettre fin à l'extrême pauvreté et promouvoir une prospérité partagée. Pour de plus amples informations, consulter le site www.ifc.org.

DROITS D'AUTEUR

© Société financière internationale 2020. Tous droits réservés.
2121 Pennsylvania Avenue, N.W.
Washington, D.C. 20433
Internet : www.ifc.org

Le contenu de cette publication est protégé par des droits d'auteur. La reproduction ou la diffusion d'une partie ou de l'intégralité de la présente publication peut constituer une violation de la loi applicable. IFC ne garantit pas l'exactitude, la fiabilité ni l'exhaustivité du contenu de la présente publication ou des conclusions et jugements qui y sont formulés, et décline toute responsabilité en cas d'omissions ou d'erreurs (y compris sans s'y limiter les erreurs typographiques et techniques) dans ce contenu, et pour l'utilisation qui pourrait en être faite.

Groupe Genre et inclusion économique d'IFC

Pour en savoir plus sur le programme d'assurance pour les femmes d'IFC, rendez-vous sur le site : www.ifc.org/IFCwomensinsurance

Personnes à contacter

Prapti Sherchan, psherchan@ifc.org
Sarah Ebrahimi, sebrahimi@ifc.org
Fatim Diop, fdiop2@ifc.org

Photos gracieusement offertes par : Drik Gallery (couverture) ; Scott Wallace, Banque mondiale (page 3) ; Green Delta Insurance (page 5).