



Leadway Assurance, Côte d'Ivoire

L'argumentaire en faveur de
l'assurance des femmes pour
des lendemains meilleurs

En décembre 2020, Leadway Assurance Côte d'Ivoire, anciennement connue sous le nom de Leadway Vie Assurance, s'est associée à la Société financière internationale (IFI) pour mettre au point une stratégie visant à répondre aux besoins de protection des femmes ivoiriennes. Leadway Assurance Côte d'Ivoire avait pour ambition d'avoir un impact sur la vie des femmes ivoiriennes et de devenir leur assureur de choix, de les autonomiser en les informant sur les stratégies d'atténuation des risques et en leur proposant des solutions d'assurance pour faire face à leurs risques personnels et professionnels.

Le partenariat avec l'IFI a été soutenu par l'Initiative de financement en faveur des femmes entrepreneures (We-Fi) et a conduit à la création du programme Leadway Queen en septembre 2022, faisant de Leadway Assurance Côte d'Ivoire le premier assureur du pays à fournir des solutions sur mesure pour les femmes.



L'assurance des femmes en Côte d'Ivoire : une affaire rentable

Le marché de l'assurance en Côte d'Ivoire est le cinquième plus important en Afrique subsaharienne¹, avec des primes totales pour l'assurance vie, l'assurance non-vie, l'assurance accidents corporels et l'assurance maladie d'environ 806 milliards de dollars en 2022².

Néanmoins, le taux de pénétration de l'assurance est estimé à environ 1,19 %³, ce qui offre des possibilités de croissance par l'extension de la couverture d'assurance aux femmes, renforçant ainsi leur capacité à rester en bonne santé, à protéger leur famille et à développer leurs affaires.

D'ici 2030, la clientèle féminine représentera une opportunité de 1,7 billion de dollars pour le secteur mondial de l'assurance, la moitié de cette croissance provenant des marchés émergents⁴, dont la Côte d'Ivoire.

En Côte d'Ivoire, les femmes représentent une opportunité intéressante pour les assureurs pour plusieurs raisons. Selon les estimations, 37,4 % des femmes ont un compte dans une institution financière ou auprès d'un fournisseur d'argent mobile (mobile money)⁵, ce qui leur permet d'accéder plus facilement aux services financiers formels comme le crédit, l'assurance, et les solutions d'épargne. De plus, la Côte d'Ivoire a récemment interdit la discrimination sexuelle dans les services financiers, en particulier dans l'accès au crédit⁶. En outre, près de 30 % des femmes déclarent être propriétaires d'une maison, qu'elles soient seules ou en couple, ce qui leur offre un actif qu'elles peuvent exploiter⁷. Plus d'un tiers des femmes mariées en âge de travailler participent à la prise de décision concernant leurs soins de santé ainsi que les achats importants du ménage, ce qui témoigne d'un certain niveau d'autonomie et de responsabilisation⁸.

Les femmes ivoiriennes augmentent leurs revenus grâce à une plus large participation à la main-d'œuvre dans les secteurs informel et formel. Elles représentent la moitié de la population et ont un taux de participation à la main d'œuvre de 56 % (2023)⁹.

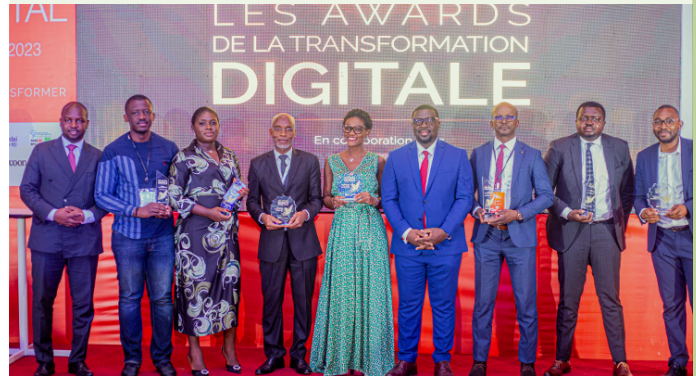
Dans le secteur informel, on estime qu'environ deux tiers des entreprises appartiennent à des femmes, en particulier dans l'économie urbaine¹⁰. Près d'un quart des entreprises informelles sont productives, bien structurées, ont des activités résilientes et pourraient se développer si elles avaient accès aux renforcements des compétences au financement, et aux marchés. Les études démontrent que de nombreuses femmes entrepreneurs, instruites et expérimentées, sont confrontées à des disparités en matière d'accès aux ressources et d'inclusion financière¹¹. L'assurance peut réduire la nécessité pour les femmes de consacrer leur revenu discrétionnaire limité aux dépenses liées aux aléas de la vie, libérant ainsi des fonds qu'elles peuvent investir dans l'éducation, les soins de santé, et le logement de leur famille.

La Côte d'Ivoire, premier producteur mondial de cacao et de noix de cajou, connaît l'un des taux de croissance économique les plus rapides de l'Afrique subsaharienne depuis plus d'une décennie¹². Environ 38 % des femmes actives sont employées dans l'agriculture¹³, tandis que plus de la moitié d'entre elles travaillent dans les secteurs des services comme la vente au détail et le commerce¹⁴.

La plupart des travailleurs du secteur agricole sont de petits exploitants et n'ont pas accès à des services financiers formels, y compris à une couverture d'assurance. Pourtant, les agricultrices sont en train de combler le fossé de la productivité agricole¹⁵, ce qui accroît le besoin de couverture et en fait un segment intéressant à mesure que les revenus augmentent.

Dans le secteur formel, les femmes entrepreneures représentent environ 26 % des micro, petites et moyennes entreprises (MPME) du pays¹⁶, et leurs besoins de financement non satisfaits sont estimés à 144 millions de dollars¹⁷. Les femmes salariées progressent sur le lieu de travail : un cadre supérieur ou moyen sur cinq est une femme, ce qui se traduit par un potentiel de revenus plus élevé¹⁸. Les assureurs qui conçoivent des solutions pour répondre aux besoins de ce groupe croissant de femmes professionnelles peuvent accroître leur part de clientèle féminine.

Encadré 1



Leadway Assurance Côte d'Ivoire en bref

- Créée en 2018, Leadway Assurance Côte d'Ivoire est une filiale de Leadway Assurance, un chef de file de l'assurance des personnes, des entreprises et des dommages au Nigéria depuis 1970. L'IFC a investi dans Leadway Assurance Nigeria pour l'aider à poursuivre sa trajectoire de croissance.
- En 2021, les femmes représentaient 46 % des effectifs, 38 % des cadres supérieurs et 40 % des membres du conseil d'administration.
- Leadway Assurance Côte d'Ivoire offre une couverture médicale complète et une assurance vie à tous ses employés, dans le cadre de son objectif d'attirer et de retenir les meilleurs talents.
- Leadway Assurance Côte d'Ivoire utilise un centre d'appel pour contacter les clients après la vente, afin d'améliorer leur compréhension de la couverture souscrite et de s'assurer ainsi que les ventes sont conformes aux normes de qualité.
- En tant que premier assureur ivoirien à permettre aux clients de souscrire une assurance automobile et de recevoir leur preuve de couverture en ligne, Leadway Assurance Côte d'Ivoire a remporté le prix de la Meilleure innovation digitale de l'année en 2023. Elle occupe désormais une position unique sur le marché en tant que seul assureur digital qui propose également des solutions sur mesure pour les femmes.

Sources : Site Internet de Leadway Assurance Côte d'Ivoire, IFC Leadway Assurance, Rapport de Diagnostic IFC pour Leadway Côte d'Ivoire 2021 (non publié). Leadway a été récompensée par le prix de la Meilleure innovation digitale en 2023 lors de l'événement B2B Digital Day. https://www.linkedin.com/posts/leadwayci_b2bdigitalday-leadway-digital-activity-7092466680806727680-znvO/

Pleins feux sur les besoins des femmes en matière de protection contre les risques

L'étude de marché réalisée en 2021 par l'IFC en Côte d'Ivoire a permis d'analyser les besoins, les aspirations, et les difficultés de quatre segments de clientèle potentiels : les femmes à faible revenu, les mères qui travaillent, les femmes professionnelles, et les femmes entrepreneures. L'étude a constaté que les femmes ivoiriennes étaient travailleuses et ambitieuses, et qu'elles souhaitaient ardemment améliorer leur vie et celle de leurs enfants. Le besoin le plus important pour elles était leur propre santé, ce qui a le plus grand impact sur leur capacité à travailler et à s'occuper de leurs enfants et de leur famille (voir tableau ci-dessous)¹⁹.





Elles ont également fait part d'autres risques, comme le décès d'un membre de la famille et son impact sur le revenu du ménage, l'irrégularité de leur propre revenu, et la nécessité de mieux gérer les pertes potentielles liées aux investissements ou à l'entreprise. Pour les femmes entrepreneures, certains de leurs plus grands défis sont liés à la trésorerie pour payer les salaires et acheter des stocks, et à la nécessité de renforcer leurs

compétences entrepreneuriales. Les assureurs pourraient proposer des services non financiers pour aider les femmes entrepreneures à renforcer leurs compétences afin de développer leurs activités, tout en leur offrant une couverture qui améliorerait leur capacité de résistance.

L'engagement communautaire est fort et les femmes sont croyantes; beaucoup d'entre elles veulent respecter les traditions culturelles, par exemple en offrant un service funéraire digne à leurs parents. Les femmes aspirent à être respectées au sein de la communauté et, à ce titre, elles rêvent d'acheter une maison, d'assurer l'avenir de leurs enfants et de leur famille, de posséder leur propre entreprise prospère et de poursuivre leurs études. Dans ce contexte, les femmes expriment une demande d'assurance vie, y compris pour elles-mêmes et leur conjoint, ainsi que de couverture des frais funéraires. Elles reconnaissent également la nécessité de se constituer un coussin d'épargne pour absorber les chocs inattendus.

Encadré 2

BESOINS EN PROTECTION ET PERCEPTION DE L'ASSURANCE CHEZ LES FEMMES IVOIRIENNES

Segment femmes	Principales caractéristiques	Rêves et aspirations	Risques/ Besoins de protection	Avantages perçus de l'assurance	Inconvénients perçus de l'assurance
 Femmes à faible revenu	Travail irrégulier et mal rémunéré Peut avoir plusieurs emplois pour subvenir aux besoins de sa famille	Veut une vie meilleure pour ses enfants Posséder un logement Trouver un emploi stable et régulier	Assurer l'avenir des enfants Avoir un filet de sécurité pour les besoins quotidiens comme le loyer Santé	Compréhension limitée des avantages	Manque de confiance Peut ne pas comprendre le jargon Coûteux
 Femmes entrepreneures	Jongle entre travail et famille Elle a travaillé dur pour arriver là où elle est	Développer l'activité Indépendance financière Poursuivre son éducation et celle de ses enfants	Santé Compenser les pertes d'activité	Protection contre les événements inattendus	Non-paiement des sinistres
 Mères qui travaillent	Relève les défis au travail, à la maison et en famille Volonté de réussir	Offrir des opportunités à ses enfants Indépendance financière Posséder un logement	Santé Décès dans la famille	L'accès aux soins de santé permet de travailler et de s'occuper de sa famille	Lenteur du remboursement des sinistres
 Femmes salariées	Travailleuse Peut avoir une activité secondaire	Indépendance financière Posséder un logement Être un membre respecté de la société	Santé - travail - revenu - prise en charge de la famille - meilleur avenir	Tranquillité d'esprit en cas d'événements imprévus	Bien qu'elles en perçoivent les avantages, le coût peut être prohibitif

Source : Étude de marché de l'IFC

Le programme Leadway Queen

Avec l'objectif de devenir l'assureur préféré des femmes en Côte d'Ivoire, la mission de Leadway Assurance Côte d'Ivoire pour le programme d'assurance des femmes est de : « Permettre aux femmes de réaliser leur plein potentiel en leur offrant des solutions à leurs besoins de financement et de protection sociale par des moyens physiques ou digitaux, adaptés à leurs habitudes. »²⁰

En s'appuyant sur les besoins des segments cibles identifiés lors de l'étude de marché, l'IFC a guidé Leadway Assurance Côte d'Ivoire dans l'élaboration d'une stratégie pour le marché des femmes et de propositions de valeur pour les clients, par le biais d'une série d'ateliers de conception centrée sur l'être humain - une démarche qui encourage une approche centrée sur le client et empathique pour mettre au point des solutions créatives. Il en est ressorti Leadway Queen, un programme innovant qui va au-delà de la couverture santé et propose des options comme l'assurance pour les frais funéraires et l'assurance éducation pour l'enfant en cas de décès ou d'invalidité du parent. De nouvelles solutions ont été lancées et les solutions existantes ont été adaptées aux besoins des femmes. Par exemple, l'assurance santé comprend des tests gratuits de dépistage du cancer chez les femmes et des kits de bienvenue pour les nouvelles mères ; l'assurance automobile comprend une assistance routière et des rappels de visites d'entretien de la voiture. Leadway Queen aide également les femmes à se constituer une épargne en vue de leur retraite.

Leadway Queen : de nouvelles approches pour servir le marché des femmes

Leadway Assurance Côte d'Ivoire a suivi une approche à plusieurs volets pour attirer les femmes clientes. L'assureur s'est inspiré des meilleures pratiques de lancement sur le marché d'autres grands assureurs qui avaient travaillé avec l'IFC pour créer leurs propres programmes d'assurance pour les femmes.



Source: Leadway website

1 Concevoir une stratégie innovante de lancement sur le marché

1.1. LE PARTAGE DE TÉMOIGNAGES D'AMBASSEURS DE LA MARQUE QUI REPRÉSENTENT LES SEGMENTS CIBLES DE L'ASSUREUR

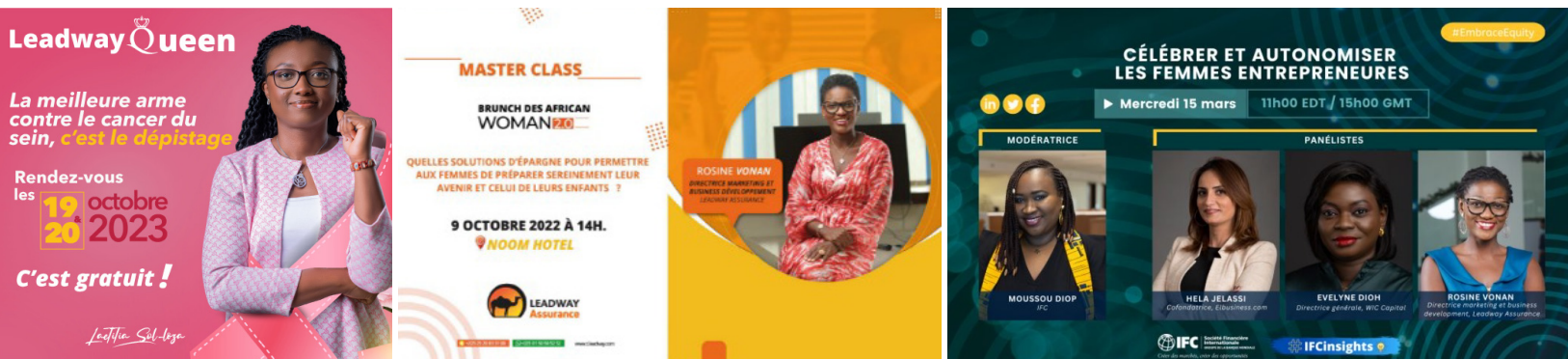
Leadway Assurance Côte d'Ivoire a soigneusement sélectionné des ambassadrices de la marque représentant chacun des segments cibles, à savoir les femmes à faibles revenus, les mères qui travaillent, les femmes entrepreneures et les femmes professionnelles, afin qu'elles témoignent de la manière dont l'assurance les a aidées à devenir plus résilientes face aux différents chocs de la vie. Les ambassadrices ont raconté comment l'assurance les avait aidées. Les femmes clientes ont pu s'identifier aux ambassadrices, créant ainsi un réseau de femmes « qui me ressemblent » et « qui ont les mêmes besoins que moi ». Les vidéos de ces témoignages et les événements Facebook Live ont fait l'objet d'une promotion sur les médias sociaux.



1.2. CRÉER UNE COMMUNAUTÉ DE FEMMES

En tant qu'acteur relativement nouveau sur le marché ivoirien, Leadway Assurance Côte d'Ivoire avait pour priorité de développer la notoriété de sa marque, à la fois en tant qu'assureur digital et en tant qu'assureur de choix pour les femmes ivoiriennes. Des événements en présentiel et en ligne ont été organisés pour les femmes, afin de constituer une communauté de Leadway Queens. Ces événements comprenaient des séances de danse pour encourager un mode de vie sain, des tests gratuits de dépistage du cancer du sein et de l'utérus, des tables rondes sur la façon dont la technologie peut appuyer l'autonomisation des femmes, et une «Master Class» sur l'investissement. Plus de 1 051 femmes ont participé aux différents événements et les messages sur les médias sociaux ont recueilli plus de 77 000 impressions.

En septembre 2022, un site web dédié aux femmes a été lancé, offrant une multitude de ressources, y compris une assistante virtuelle nommée Leely, pour communiquer via WhatsApp avec tous les clients. Ces éléments ont renforcé l'image de marque de Leadway Assurance Côte d'Ivoire en tant qu'assureur digital tout en créant une communauté pour le réseautage et l'apprentissage.



2 Former la force de vente pour qu'elle vende plus efficacement aux femmes

L'égalité hommes-femmes, c'est du business. L'étude de marché de l'IFC a révélé qu'en raison de la faible pénétration de l'assurance, les femmes ont de nombreuses questions lorsqu'il s'agit de comprendre les avantages de l'assurance et son fonctionnement. De plus, pour que le programme d'assurance des femmes ait du succès, les membres de l'équipe de Leadway Assurance Côte d'Ivoire dans toute l'organisation devaient comprendre l'intérêt commercial d'un programme pour les femmes. L'IFC a organisé une série d'ateliers de formation sur la sensibilité au genre pour le Conseil d'administration, les cadres supérieurs, les employés et l'équipe de vente (y compris celles des partenaires clés), ainsi que des sessions de formation des formateurs pour que Leadway Assurance Côte d'Ivoire incorpore la formation à la sensibilité au genre dans les sessions d'intégration des nouveaux employés. Le personnel de vente a apprécié les jeux de rôle sur la manière de vendre aux femmes, l'approche en matière de vente proposée par l'IFC devant être intégrée dans leurs activités de vente quotidiennes.

Une communication interne solide s'est avérée vitale tout au long de l'opération. Les scripts d'appel, la foire aux questions et les points de discussion destinés aux cadres supérieurs et à l'ensemble du personnel les ont aidés à comprendre l'argumentaire et les solutions et avantages spécifiques offerts aux femmes clientes. Lors du pre-lancement en interne, une chasse au trésor et un quiz basé sur les besoins d'assurance d'un segment féminin ciblé ont permis de rendre le processus d'apprentissage plus ludique.

3 Utilisation de partenaires pour étendre rapidement la distribution et atteindre davantage de femmes

L'étude de marché a montré que les femmes ont besoin de comprendre comment l'assurance peut les aider à être plus résilientes et indépendantes, en les protégeant contre les chocs imprévus de la vie. Leadway Assurance Côte d'Ivoire a saisi l'opportunité de faire progresser l'autonomisation des femmes auprès d'un plus grand nombre d'entre elles grâce à des partenariats de distribution avec des banques, des institutions de microfinance et des coopératives agricoles féminines, atteignant ainsi une base plus large de femmes.

PARTENARIATS EN POINT DE MIRE : FIN'ELLE, ADVANS, CARE ET ECOBANK ELLEVER

Les partenariats avec des entités qui disposent d'une vaste clientèle de femmes peuvent constituer un fort levier pour les stratégies de distribution de produits d'assurance à leurs employés, clients ou membres. Certes, il faut du temps pour développer et négocier des partenariats gagnant-gagnant avec des banques, des coopératives agricoles et d'autres parties prenantes, mais des projets pilotes ont été lancés avec des coopératives agricoles et des associations villageoises d'épargne et de crédit (AVEC) afin d'atteindre plus de femmes, plus rapidement. Une liste de partenariats ciblés et de dossiers de présentation ont été élaborés afin que Leadway Assurance puisse faire appel à des partenaires potentiels rapidement et en toute confiance.

Les femmes clientes de Leadway Assurance Côte d'Ivoire peuvent souscrire une assurance non seulement auprès des bureaux de vente ou en ligne, mais aussi par l'intermédiaire de la bancassurance et d'autres partenariats, ainsi que par l'intermédiaire d'agents et, dans une moindre mesure, de courtiers.

Encadré 3

Enseignements tirés

Prévoir une personne dédiée de haut niveau pour superviser de près la mise en œuvre du programme

L'un des éléments clés de l'intégration d'un programme d'assurance pour les femmes au sein de l'organisation est la présence d'une personne dédiée à temps plein pour superviser le programme. Cette personne doit être suffisamment haut placée pour avoir un impact et une influence sur les autres dirigeants de l'organisation, tandis que les activités quotidiennes peuvent être confiées à un analyste du programme. Leadway Assurance Côte d'Ivoire a nommé un cadre supérieur dynamique et dévoué qui se souciait beaucoup de l'autonomisation des femmes et qui a été un facteur de changement déterminant au sein de l'organisation. En outre, un groupe de travail interdisciplinaire composé de représentants de tous les départements a contribué à faire approuver les solutions par les différentes étapes de l'approbation, de la conception à l'examen actuariel, et le marketing.

Intégrer l'adaptabilité dans le plan de lancement sur le marché

Leadway Assurance s'est rapidement adaptée, modifiant divers éléments du programme pour répondre aux nouvelles opportunités en Côte d'Ivoire. Par exemple, le lancement sur le marché a été décalé après le lancement de la gamme de produits non-vie, afin qu'une campagne de marketing dédiée au programme d'assurance pour les femmes puisse bénéficier d'une fenêtre de lancement et d'un temps d'antenne optimaux. Des solutions supplémentaires pour les femmes ont été développées, pour les besoins non-vie et, pour accélérer le lancement, plusieurs produits existants qui avaient déjà reçu l'approbation réglementaire ont été modifiés pour tenir compte des besoins des femmes.

Investir dans une approche fondée sur les données

Ce qui est mesuré est fait. La capacité à produire des données fiables ventilées par sexe nécessite des ressources budgétaires et technologiques pour fournir les informations économiques nécessaires à l'identification des opportunités internes dans le portefeuille ainsi qu'au suivi de la vente de nouvelles solutions.

Intégrer en permanence de nouveaux modes de fonctionnement

Lors de la mise en œuvre du programme d'assurance des femmes, Leadway Assurance Côte d'Ivoire a adopté le processus de conception centrée sur les personnes afin de placer le client au cœur de tous ses processus. En outre, la séance de bilan sur les enseignements tirés a permis de mieux comprendre ce qui a bien fonctionné et comment les méthodes d'élaboration de programmes les plus utiles pourraient être incorporées dans les activités futures.

Encadré 4

PRINCIPAUX RÉSULTATS DU PROGRAMME D'ASSURANCE DES FEMMES DE LEADWAY ASSURANCE CÔTE D'IVOIRE

Pour les femmes ivoiriennes

- Un plus grand nombre de femmes comprennent mieux comment l'assurance peut les protéger contre les chocs de la vie, grâce aux témoignages de femmes qui leur ressemblent.
- L'accès à des solutions abordables permettant aux femmes d'avoir l'esprit tranquille en ce qui concerne leur santé et le bien-être de leur famille.
- Un plus grand sens de la communauté et de l'appartenance.

Pour Leadway Assurance Côte d'Ivoire

- Une meilleure compréhension des besoins des femmes ivoiriennes et des arguments économiques en faveur de la clientèle féminine, ce qui permet d'élaborer des solutions sur mesure.
- Un positionnement unique de la marque, une notoriété accrue et une offre différenciée de services d'assurance et de services non financiers, avec un modèle de distribution évolutif.

Encadré 5

DONNÉES ET RÉSULTATS FINANCIERS DE LEADWAY ASSURANCE CÔTE D'IVOIRE

Le lancement du programme d'assurance pour les femmes et d'une solution d'assurance automobile 100 % en ligne a entraîné une forte augmentation des ventes auprès de la clientèle féminine.

MULTIPLICATION PAR 4 DU NOMBRE DE NOUVELLES CLIENTES D'ASSURANCE

MULTIPLICATION PAR 6 DES NOUVELLES POLICES D'ASSURANCE VENDUES AUX FEMMES

9 solutions

Conçues, modifiées ou commercialisées sous la marque Leadway Queen

Solutions adaptées/lancées :

Santé : Tests de dépistage du cancer gratuits ; séances de fitness zumba pour la santé et le bien-être

Auto : Processus 100 % digital ; moins de 5 minutes pour recevoir l'assurance ; 10 % de réduction de primes de bienvenue

Entrepreneures : Packs multirisques individuels accident et professionnels

6 ambassadrices

Ont raconté comment l'assurance les a aidées

10 événements externes

Événements pour les clientes

1 051 participantes

Dans le cadre de divers événements externes visant à créer une communauté de femmes

6 sessions

Sessions de formation à la sensibilisation au genre organisées pour le personnel de Leadway et les équipes de vente des partenaires

58 participants

Aux formations à la sensibilisation au genre

4 partenariats conclus

ONG : CARE, Microfinances : FINELLE, ADVANS
Banque : Ecobank

À PROPOS D'IFC

La Société financière internationale (IFC), membre du Groupe de la Banque mondiale, est la principale institution 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 2025, IFC a engagé un montant record de 71,7 milliards de dollars en faveur de sociétés privées et d'institutions financières dans des pays en développement, en s'appuyant sur des solutions du secteur privé et en mobilisant des capitaux privés pour créer un monde sans pauvreté sur une planète vivable. Pour de plus amples informations, consulter le site www.ifc.org.



L'Initiative de financement en faveur des femmes entrepreneurs (We-Fi) soutient 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 d'entrer en contact avec les marchés nationaux et mondiaux. Pour en savoir plus, consulter le site www.we-fi.org.

NOTES DE FIN DE DOCUMENT

- 1 Atlas Magazine, African Insurance Market: Turnover evolution by country, <https://www.atlas-mag.net/en/article/african-insurance-market-analysis-turnover-in-2019-per-country>. Consulté le 31 mai 2024.
- 2 Atlas Magazine, African Insurance Market: Turnover evolution by country, <https://www.atlas-mag.net/en/article/african-insurance-market-analysis-turnover-in-2019-per-country>. Consulté le 31 mai 2024.
- 3 Axco Insurance, <https://www.axco.co.uk/globalStatistics?instanceId=7747>
- 4 IFC (Société financière internationale). 2015. SheforShield: Insure Her to Better Protect All. Washington, DC : IFC. www.ifc.org/SheforShield
- 5 Banque mondiale, 2021. <https://data.worldbank.org/indicator/FX.OWN.TOTL.FE.ZS?locations=CI><https://www.worldbank.org/en/country/cotedivoire/overview>
- 6 <https://wbi.worldbank.org/content/dam/documents/wbi/2023/snapshots/Cote-divoire.pdf>
- 7 <https://genderdata.worldbank.org/countries/cote-d-ivoire/>
- 8 <https://genderdata.worldbank.org/countries/cote-d-ivoire/>
- 9 Données ouvertes de la Banque mondiale [<https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.ACTI.FE.ZS?locations=CI>]
- 10 <https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/b888bfb-06e5-4083-b345-8dce35ab3114>
- 11 <https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/b888bfb-06e5-4083-b345-8dce35ab3114>
- 12 <https://www.worldbank.org/en/country/cotedivoire/overview>
- 13 <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>
- 14 ONU Femmes, Africa and Household Living Standards Survey, ENV2015
- 15 <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/f68850e1-20a8-5d5f-b1e9-fc7db7d82af5/content>
- 16 <https://genderdata.worldbank.org/en/economies/cote-d-ivoire>, consulté le 3 mai 2024
- 17 MSME Finance Gap, 2018. [<https://www.smefinanceforum.org/data-sites/msme-finance-gap>]
- 18 <https://genderdata.worldbank.org/countries/cote-d-ivoire/>
- 19 IFC Market Research Report 2021, non publié
- 20 <https://ci.leadway.com/queens/>

AVIS DE DROIT D'AUTEUR

© Société financière internationale 2026. Tous droits réservés.
2121 Pennsylvania Avenue, N.W. Washington, D.C. 20433
Internet : www.ifc.org

Le contenu de ce document est protégé par des droits d'auteur. La copie et/ou la transmission de tout ou partie de ce document sans autorisation peut constituer une violation de la législation applicable. L'IFC ne garantit pas l'exactitude, la fiabilité ou l'exhaustivité du contenu de ce document, ni les conclusions ou les jugements qui y figurent, et décline toute responsabilité en cas d'omissions ou d'erreurs (y compris, mais sans s'y limiter, les erreurs typographiques et techniques) dans le contenu, quel qu'il soit, ou en cas de confiance accordée à ce contenu. Les constatations, interprétations, assurances et conclusions exprimées ici sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les assurances des administrateurs de la Société financière internationale ou de la Banque internationale pour la reconstruction et le développement (la Banque mondiale) ou des gouvernements qu'ils représentent.

