



**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

# Initiative Accès à l'assurance

Programme mondial pour la promotion de cadres de réglementation et de contrôle sains

**Consultation téléphonique AICA-A2ii : 20 juillet 2017**

Approche proportionnée de la  
communication d'informations

Martina Wiedmaier-Pfister  
Andrea Camargo





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## Intervenants

### Experts techniques



**Martina  
Wiedmaier-  
Pfister**



**Andrea  
Camargo**

### Representante de la IAIS

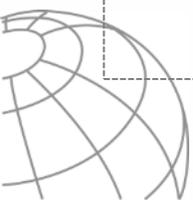


**Justine Plenkiewicz**  
Head Of Division  
Policy and Development Division  
Cayman Islands Monetary  
Authority

### Modérateur



**Anke Green**  
Initiative Accès à  
l'assurance (A2ii)





1. Importance et efficacité de la divulgation d'informations dans l'assurance traditionnelle
2. Orientations de l'AICA pour l'assurance traditionnelle
3. Nécessité d'une approche proportionnelle de la divulgation d'informations dans l'assurance inclusive : point de vue des consommateurs
4. Nécessité d'une approche proportionnelle de la divulgation d'informations dans l'assurance inclusive : point de vue des assureurs
5. Orientations de l'AICA pour l'assurance inclusive
6. Études sur la mise en pratique de la proportionnalité
  - 6.1 Aperçu des approches de supervision
  - 6.2 Points clés
7. Conclusions





## 1. Importance et efficacité de la divulgation d'informations dans l'assurance traditionnelle

**D'une manière générale, la communication** d'informations par l'assureur ou l'intermédiaire est essentielle pour garantir que l'assuré est en mesure de prendre une décision éclairée,

- en comprenant les caractéristiques du produit qu'il achète, et
- en déterminant s'il répond à ses besoins et comment,
- et par conséquent garantir que les conditions du contrat seront pleinement exécutoires.

→ Les règles traditionnelles **peuvent être suffisantes** pour l'assurance inclusive !





## 2. Orientations de l'AICA pour l'assurance traditionnelle

- S'assurer que les clients sont **traités équitablement**, à la fois avant la conclusion du contrat et pendant toute la durée du contrat.
- Le client doit recevoir **en temps voulu une information adéquate et compréhensible sur la police** de sorte qu'il puisse prendre une décision éclairée.
- L'information doit être formulée d'une manière qui soit **claire, juste et non trompeuse**.
- Les **coûts de mise en conformité** vis-à-vis des règles de divulgation des informations ne doivent pas conduire à augmenter les primes et par-là nuire à l'objectif d'élargissement de l'accès à l'assurance.
- **Les exigences peuvent varier** selon la culture, le régime juridique et le degré de développement du secteur de l'assurance de la juridiction, et selon le niveau de connaissance et d'expérience des clients.

*“Conformément au PBA 19, le contrôleur impose aux assureurs de promouvoir leurs produits et services d'une manière **claire, juste et non trompeuse** et fixe des règles concernant **le moment, le mode de communication et le contenu** de l'information fournie aux clients au point de vente”*  
(AICA, Document de discussion sur la conduite des activités dans l'assurance inclusive, 2014)





### 3. Nécessité d'une approche proportionnelle dans l'assurance inclusive – le point de vue des clients

Il est nécessaire d'introduire une application proportionnelle de ces règles pour l'assurance inclusive – pour protéger le consommateur – car :

- Les assurés sont généralement plus vulnérables :

*” Les clients à faibles revenus sont généralement plus vulnérables que les clients aux revenus plus élevés en raison des privations qu'ils subissent du fait de la pauvreté (.....) souffrent de ne pouvoir subvenir à d'autres besoins fondamentaux comme l'éducation, l'emploi, le logement et l'accès à la justice” (AICA, Document de discussion sur la conduite des activités dans l'assurance inclusive, 2016)*

- La vulnérabilité est accentuée dans le cas des assurés bénéficiant de polices de groupe ;
- Dans le cas des clients de l'assurance inclusive, l'asymétrie d'information est plus importante, comme l'est aussi le risque d'abus et de vente inappropriée ;
- Les outils traditionnels de divulgation d'informations ne sont pas nécessairement efficaces.





## 4. Nécessité d'une approche proportionnelle dans l'assurance inclusive - **le point de vue des assureurs**

Il est nécessaire d'introduire une application proportionnelle de ces règles pour l'assurance inclusive – pour la viabilité des activités – car :

- **Les coûts de mise en conformité pour les assureurs** peuvent être trop élevés – et décourager les assureurs d'offrir des produits à ces segments de population ;
- L'étude sur la proportionnalité de l'A2ii a identifié 5 principaux facteurs réglementaires - susceptibles d'encourager ou de décourager les assureurs :
  1. **Réduire les exigences de divulgation**
  2. **Autoriser un langage adapté au marché cible**
  3. **Autoriser l'émission exclusivement électronique des polices**
  4. Appliquer des réglementations spécifiques à la micro-assurance
  5. Autoriser l'utilisation de tout moyen de paiement

**→ Les 3 premiers sont liés à la divulgation d'informations !**





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## 5. Orientations de l'AICA pour l'assurance inclusive - aperçu

### **AICA, Document de discussion sur la conduite des activités dans l'assurance inclusive (nov. 2015)**

- La divulgation comme un élément clé du cycle de vie du produit d'assurance inclusive.

### **AICA, Document de mise en œuvre sur le contrôle des intermédiaires (nov. 2016)**

- Diversité des intermédiaires, nouveaux intermédiaires et nouvelles approches de contrôle.

### **AICA, Document de mise en œuvre sur la surveillance des produits dans l'assurance inclusive (draft juin 2017)**

- La divulgation des informations concernant les produits d'assurance inclusive doit suivre les mêmes principes que pour les produits d'assurance traditionnelle.

- Certaines exigences doivent être supérieures.





## 5. Orientations de l'AICA pour l'assurance inclusive – Document de discussion sur la conduite des activités dans l'assurance inclusive

### Mode :

- Les moyens de divulgation conventionnels peuvent ne pas être appropriés.
- Canaux variés parmi lesquels publicité et promotions, pré-vente, information aux points de vente et après la vente.
- Peut même utiliser le bouche-à-oreille ; ou passer par un lieu de réunion local où peuvent avoir lieu les échanges.
- La divulgation de l'information peut être soutenue par des moyens innovants qui permettent d'améliorer la sensibilisation et l'éducation à l'assurance.
- Elle peut recourir à des approches d'apprentissage visuel. Toutefois, celles-ci ne fonctionnent que si les polices d'assurance sont basiques et ne comportent pas d'exclusions en grand nombre.
- Mode oral, mais suivi d'une information écrite.





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## 5. Orientations de l'AIICA pour l'assurance inclusive – Document de discussion sur la conduite des activités dans l'assurance inclusive

### Moment :

- La divulgation doit être faite d'une manière et à un moment qui soient adaptés aux contraintes de travail et de vie des assurés.

### Contenu :

- La qualité de la **divulgation des informations sur le produit** est plus importante que la quantité des informations.
- Communiquer dans la langue maternelle/officielle du client potentiel ou la langue vernaculaire parlée dans le pays.
- L'utilisation **d'informations normalisées** dont la lisibilité a été vérifiée et le recours à des **mots simples** peut aider.

### Processus :

- Formation des canaux de distribution alternatifs pour garantir la communication efficace des détails de la police.





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## 5. Orientations de l'IAIS pour l'assurance inclusive – Document de discussion sur la conduite des activités dans l'assurance inclusive

### Effacité

- Niveau d'efficacité pour les **assurances de groupe** et les **produits obligatoires combinés**
- Communiquer des informations aux clients même **lorsque les produits sont obligatoires ou combinés** à d'autres services financiers (comme l'épargne, les transferts d'argent ou le crédit) est important pour s'assurer que les clients sont en mesure de bénéficier du produit.
- Les produits obligatoires peuvent ne pas fournir **suffisamment d'informations** aux clients pour :
  - sortir du régime, ou
  - comprendre comment poser des questions, ou
  - soumettre des demandes d'indemnisation.





## 6. Étude sur la pratique de la proportionnalité

L'approche proportionnelle de la divulgation d'information a pour objectif

- de **protéger les consommateurs** ;
- et d'**encourager le secteur** en baissant les barrières à l'entrée et en réduisant le coût des activités d'assurance inclusive.
- L'étude analyse des **expériences** du Brésil, du Pakistan, du Pérou et du Salvador et couvre **5 aspects pratiques** de la divulgation liés
  - 1) au mode de divulgation
  - 2) à la documentation
  - 3) au langage
  - 4) au moment de la divulgation
  - 5) au contenu





## 6.1 Aperçu des approches de supervision

Aspect de la divulgation	Critères	Détail de la réglementation et pays
<b>1) Mode</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Oral</li><li>• Écrit</li><li>• Éléments clés</li><li>• Simple</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Éléments clés</b> : AS, Pérou, Philippines</li><li>• Brésil : obligations supplémentaires pour la divulgation des informations à distance</li></ul>
<b>2) Documen- tation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Électronique</li><li>• Tickets</li><li>• Certificats (groupe)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Autorise les contrats de police sous <b>forme électronique</b> (Brésil)</li><li>• Autorise les <b>tickets et certificats (Chine)</b></li></ul>
<b>3) Langue</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vernaculaire</li><li>• Simple</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Terminologie simple</b> facilement compréhensible (Ghana, Kenya, Phil)</li><li>• <b>Langue vernaculaire</b> (Pakistan, Philippines, Inde)</li><li>• <b>Évite</b> les termes techniques et juridiques</li></ul>

## 6.1 Aperçu des approches de supervision

Aspect	Critères	Détail de la réglementation et pays
<b>4) Moment</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pré-vente : avant le début du contrat</li> <li>• Après-vente : pendant la durée du contrat (service en continu)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les éléments clés doivent être communiqués <b>avant ou au moment de la prise d'effet</b> du contrat (Pakistan)</li> </ul>
<b>5) Contenu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Format standardisé : “synthèse des informations clés”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impose une liste des <b>informations minimales</b> (Brésil)</li> <li>• <b>Réglementation d'aspects détaillés</b>, par ex. sur la couverture, le numéro du centre d'appel, les informations détaillées sur l'intermédiaire et depuis 2016, sur la commission (Pérou)</li> <li>• Pas d'information sur les commissions (Brésil)</li> </ul>



## 6.2 Résultats clés de l'étude

- Les exigences relatives à la divulgation **doivent être adaptées** en fonction du type de canal ou du moyen de communication.
- Les exigences en matière de divulgation et de documentation sont souvent de nature fastidieuse et il est important de veiller à ce qu'elles soient **claires**.
- Les exigences impliquent souvent des **coûts de mise en conformité** significatifs, qui peuvent excéder les bénéfices attendus.
- Il n'est **pas forcément nécessaire** de prévoir des exigences différenciées en matière de divulgation et de documentation pour l'assurance inclusive si les exigences traditionnelles sont claires et applicables à ce type de consommateurs et d'activités.
- Un aspect de la divulgation très peu traité dans les cas nationaux de l'étude est l'exigence de **divulgation orale ou en personne**.





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## 7. Conclusions (1)

- L'efficacité de la divulgation d'informations dans l'assurance inclusive est d'une importance capitale tant pour le consommateur que pour l'entreprise – trouver le bon **équilibre entre la protection du consommateur et les exigences de divulgation** est le principal défi du contrôleur.
- L'hypothèse traditionnelle selon laquelle un plus grand nombre d'informations écrites protège mieux le consommateur n'est **pas adaptée à l'assurance inclusive**.
- Dans l'assurance inclusive, les exigences de divulgation et de documentation doivent se concentrer sur la **définition de la couverture, la minimisation des exclusions et la documentation à fournir** en cas de demande d'indemnisation.
- Une attention particulière doit être accordée aux **canaux de distribution**, qui jouent un rôle clé dans l'assurance inclusive.
- L'utilisation des **moyens électroniques et numériques** est cruciale pour réduire les coûts et développer les gammes de produits d'assurance inclusive.





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## 7. Conclusions (2)

- L'assurance inclusive peut fournir **des enseignements précieux pour l'assurance traditionnelle** dans des domaines tels que la réduction des coûts de vente de l'assurance (par ex. utilisation de moyens électroniques, de l'assurance numérique et de l'utilisation des tickets, comme dans l'assurance traditionnelle au Brésil).
- Le recours à des **contrats individuels** (par le biais de tickets d'assurance) au lieu de polices de groupe peut aider à minimiser la vulnérabilité des consommateurs d'assurance inclusive.
- La simplicité de l'information nécessite des **approches novatrices de la part des assureurs et des contrôleurs**. Il est essentiel de sortir des sentiers battus.
- La validation de l'efficacité de la divulgation doit **impliquer le consommateur** si l'on veut vérifier sa compréhension effective.
- Parfois les assureurs eux-mêmes sont plus réticents à essayer la simplicité même si la réglementation l'autorise. Les **services de conformité** peuvent également préférer s'en tenir aux anciennes règles, c'est pourquoi il est essentiel de s'assurer qu'ils sont conscients des changements introduits et de l'importance de les mettre en œuvre.





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

**Merci !**

**[www.a2ii.org](http://www.a2ii.org)**

**Notez dès maintenant la date de la  
prochaine consultation téléphonique  
le 21 septembre !**





# L'Initiative

The Initiative is a partnership between:



# Initiative Accès à l'assurance

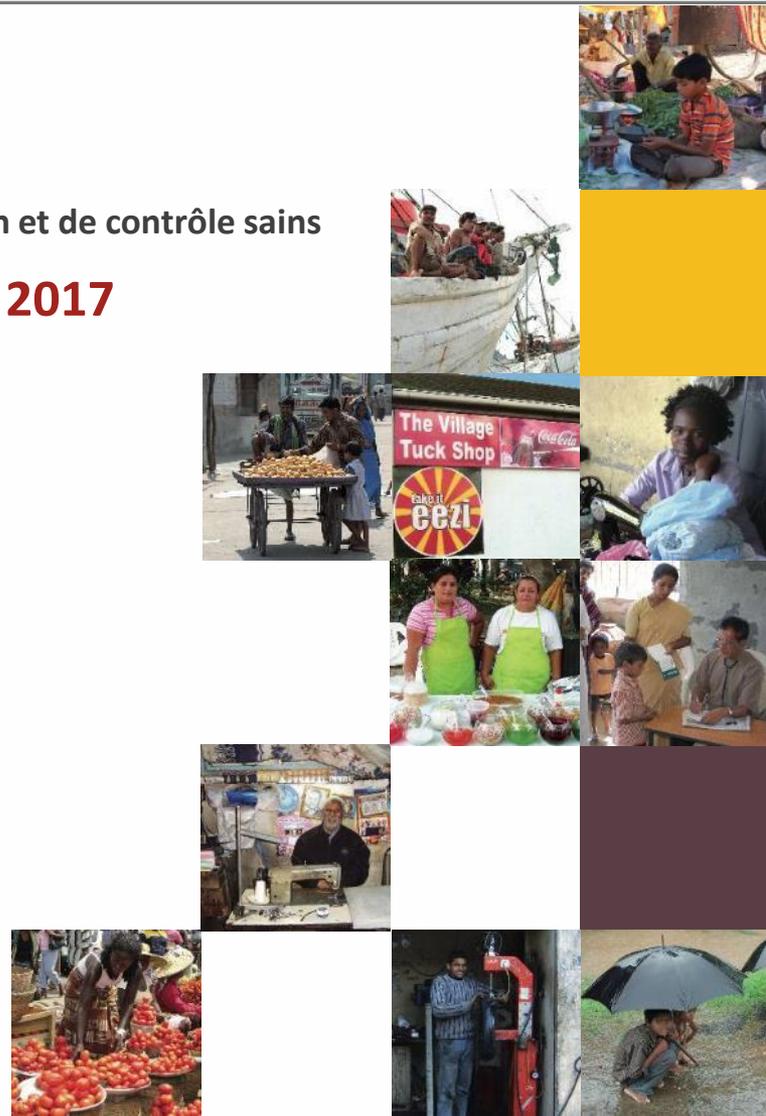
Programme mondial pour la promotion de cadres de réglementation et de contrôle sains

Consultation téléphonique AICA-A2ii : **20 juillet 2017**

## Etude de cas CIMA



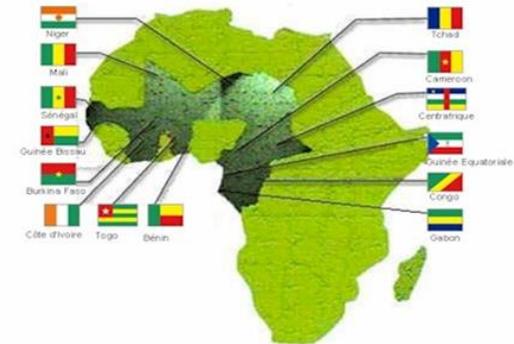
Luc Noubissi  
Senior Insurance Specialist for CIMA



## 6.1 Cas de la CIMA

### 1) Les défis :

- Populations peu instruites
- Clauses contractuelles parfois confuses
- Nombre important d'exclusions, parfois dissimulées
- Système postal/communication pas toujours fonctionnel



### 2) La démarche adoptée :

- a) le contrat de microassurance peut être traduit et commercialisé dans la langue locale de la population cible.
- b) L'envoi d'une simple lettre suffit pour attester de l'exécution de l'obligation du souscripteur ou de l'assuré:.
- c) Une attestation ou un certificat d'assurance doit être remis à chaque assuré par le souscripteur,
- d) La nature des risques et montants garantis doivent être bien précisés afin de limiter la liste des exclusions.

### 3) Lessons apprises

- **Tenir davantage compte de la culture (« tradition orale »)**
- **Prendre en compte les aspects de dématérialisation des contrats (assurance mobile notamment)**



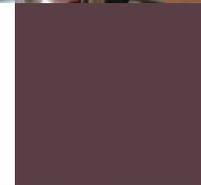
# Initiative Accès à l'assurance

Programme mondial pour la promotion de cadres de réglementation et de contrôle sains

Consultation téléphonique AICA-A2ii : 20 juillet 2017

## Etude de cas Brésil

Maria Augusta de Queiroz Alves  
Superintendencia de Seguros Privados (SUSEP)





### 1) Défis rencontrés :

Exigences applicables à l'assurance traditionnelle non adaptées au marché de l'assurance inclusive (par ex. divulgation) pour les produits d'assurance et les canaux de distribution.

### 2) Approche retenue :

Sur la base des contributions des acteurs (régulateurs, assureurs, courtiers...), la SUSEP a publié un ensemble de réglementations pour l'assurance inclusive.

#### 2.1 La Circulaire 440/2012 de la SUSEP établit :

- L'utilisation d'une terminologie simple facilement compréhensible par l'assuré.
- Une description standardisée de la couverture avec des exclusions limitées, les risques étant faibles en MA (facilite une compréhension commune des caractéristiques du produit).
- Une documentation limitée et standardisée pour le règlement des sinistres et exigences particulières concernant le délai de paiement (fixé à 10 jours – 3 fois moins que pour l'assurance traditionnelle).
- La nature des exigences de divulgation dans le cas de polices sous forme de tickets ou certificats (plus de consolidation en MA)
- L'utilisation des technologies numériques dans les opérations de MA (police entièrement électronique)





**2.2 Résolution #294/ 2013 CNSP**, suivant l'augmentation des ventes d'assurance en ligne, l'utilisation de la technologie numérique a été institutionnalisée par cette Résolution,

- exige l'identification du titulaire de la police et de son bénéficiaire, assure l'authenticité et l'intégrité de leur données et informations personnelles ;
- prévoit les messages qui doivent être envoyés au titulaire de la police et au bénéficiaire (assurance de masse et micro-assurance).

**2.3 Résolution #297/ 2013 CNSP et Circulaire 480/ 2013 SUSEP**

- Porte sur la réglementation des représentants d'assurance (polices individuelles) et le rôle des détaillants dans la vente d'assurance (exigences de divulgation sur le nom de l'assureur et le détail des caractéristiques du produit)
- Requiert également un emplacement physique visible dédié à la vente d'assurance dans le magasin de détail et prévoit un code de conduite pour les vendeurs (assurance de masse et micro-assurance).





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## Etude de cas Brésil (3)

### 3) Enseignements (connaissances acquises) :

- De nombreuses initiatives portant sur la micro-assurance ont fini par être appliquées à d'autres gammes d'assurance (réglementation des technologies numériques et des représentants d'assurance)
- Bien que l'assurance inclusive requiert une approche différente, il est important de trouver le bon équilibre entre les exigences de divulgation et de documentation et la protection du consommateur afin d'éviter une charge réglementaire trop lourde pour les assureurs
- Les canaux de distribution alternatifs souvent présents dans les modèles d'assurance inclusive doivent être correctement réglementés, car ces caractéristiques de distribution peuvent soulever des risques de protection pour les clients (vente d'assurance dans les magasins de détail)

