



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 A2ii-AICA : 10 décembre 2015

« Quel cadre de contrôle face aux risques de l'assurance mobile pour les consommateurs ? »

Expert : Renata De Leers, ACB Consulting





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

Cette présentation est basée sur une étude menée par
Advision Finance B.V. et Amarante Consulting
commandée par

NIC NATIONAL
INSURANCE
COMMISSION





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

Ordre du jour

- 1. Introduction**
- 2. Rôles et responsabilités des différents acteurs**
- 3. Analyse des risques**
- 4. Exemple d'interaction des risques dans le modèle freemium**
- 5. Etapes clés de la gestion des risques**





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

1. Introduction

Qu'est-ce que l'assurance mobile ?

Définition : «L'assurance mobile repose sur l'écosystème et l'infrastructure de la téléphonie mobile pour soutenir les fonctions du processus d'assurance. Autrement dit, l'assurance mobile se réfère à l'assurance vendue par ou avec l'aide des opérateurs de réseaux mobiles. Les fonctions fournies par l'infrastructure mobile et le dispositif peuvent varier»

BMZ/GIZ: Discussion Paper “Responsible Mobile Insurance”





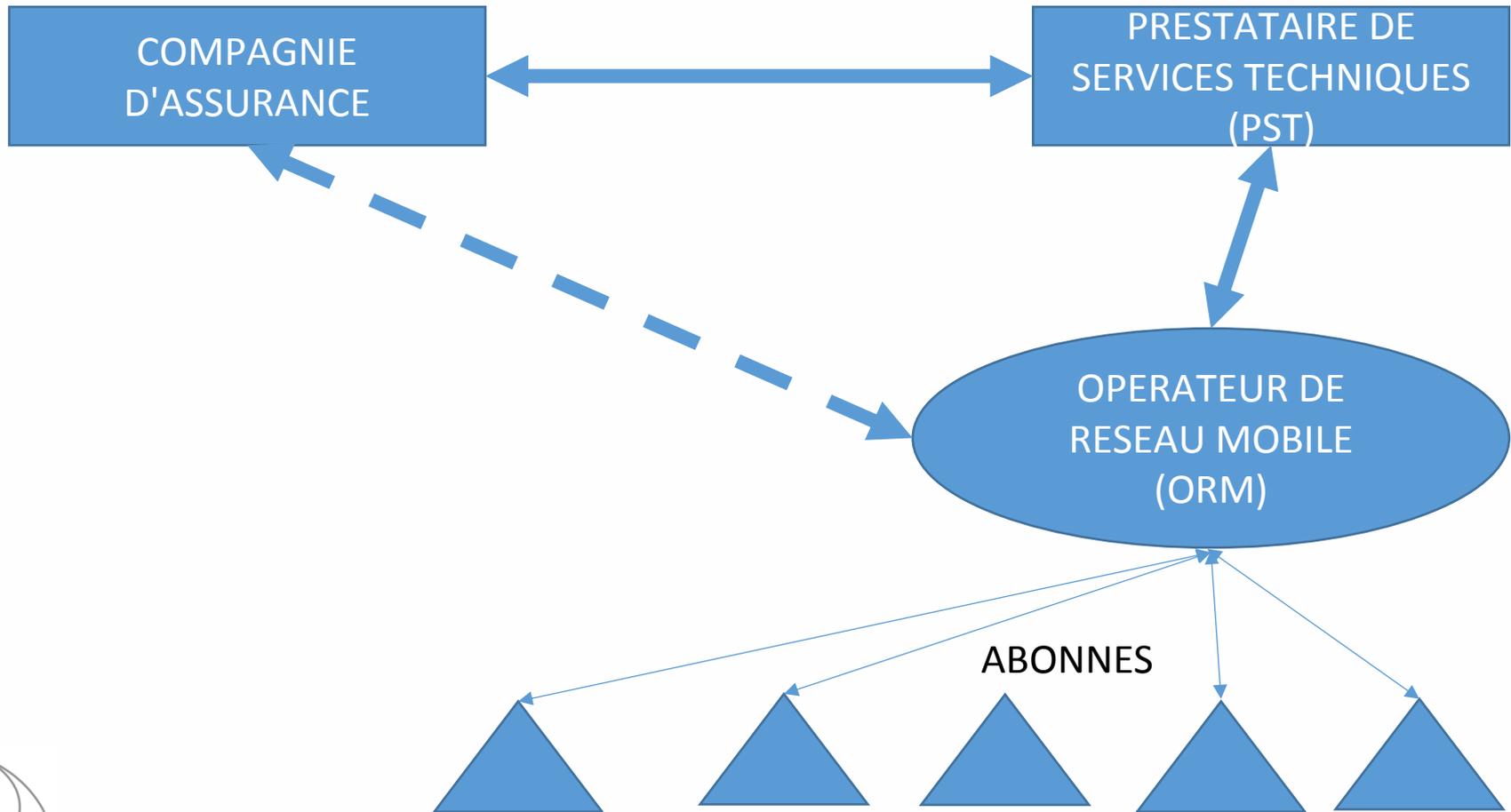
IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

- L'assurance mobile a le pouvoir d'accélérer le développement des marchés d'assurance inclusifs en rendant les produits et services d'assurance attractifs, accessibles et économiquement viables
- La forte pénétration de la technologie mobile dans toutes les régions du monde ces dernières années a conduit à une croissance rapide de l'assurance mobile
- Le document de mise en œuvre de l'AICA recommande que les autorités de réglementation et de contrôle reconnaissent une large gamme de modèles économiques, de participants potentiels au marché et de prestataires de services, et autorisent ces approches tout en protégeant les assurés.
- Cependant, il existe à ce jour peu d'informations disponibles pour les superviseurs sur l'assurance mobile...



2. Rôles et responsabilités des différents acteurs





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

3. Analyse des risques

- Risques liés à la valeur pour le client

- 1. Les abonnés peuvent ne pas avoir conscience du produit (surtout dans le cas des produits de fidélisation) – donc fréquence des sinistres et ratio de sinistres très faibles ;**
2. La probabilité que les membres de la famille de l'abonné ne sachent rien du produit est encore plus forte, donc très peu de déclarations de sinistre suite au décès d'abonnés ;
- 3. Même lorsqu'ils sont conscients d'être couverts, les abonnés peuvent ne pas comprendre pleinement la couverture et les conditions générales des produits ;**
4. La somme assurée n'est pas suffisante par rapport aux coûts supportés par les clients ;
5. Les clients ne disposent pas d'options d'adhésion ou la méthode de paiement des primes est impopulaire ;
6. Les clients ne peuvent pas facilement annuler leur assurance ;
7. Les demandes d'informations et réclamations des clients ne sont pas traitées de manière efficace ;
- 8. Des sinistres sont rejetées en raison d'un décalage entre les attentes raisonnables des assurés et les conditions générales de l'assureur ;**
9. Le traitement des sinistres est compliqué, lourd et long ;
- 10. La valeur perçue du produit est faible en cas de faible utilisation ou de rares versements d'indemnités.**



IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

3. Analyse des risques - Risques prudentiels liés à l'assureur

1. La prime de risque est sous-tarifiée (sur hypothèse d'une faible conscience du produit par les clients) ;
2. L'assureur n'honore pas ses obligations ;
3. Retards dans la collecte des primes ;
4. **Anti-sélection et fraude ;**
5. **Frais généraux (opérationnels ou fixes) plus élevés que prévus ;**
6. **Volumes supérieurs/inférieurs à ceux attendus et composition différente de celle attendue ;**
7. Réassurance inadéquate ;
8. Provisions techniques et niveau de capital inadéquats.





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

3. Analyse des risques - Risques liés au canal de distribution

1. La prime doit être très faible pour un produit de fidélité pour que ce soit rentable pour l'ORM (pas justifiable d'un point de vue actuariel) – dépendant de la sous-déclaration des sinistres ;
2. L'intérêt commercial n'est pas aussi important qu'espéré (par ex. pour les produits de fidélité) ;
3. Réputation de l'ORM affectée par les litiges liés au produit ;
4. Plan de retrait ou de transition pas en place/ne fonctionnant pas correctement lors du changement ou de la suspension d'un produit ;
5. ORM payant un % des charges (de lancement et opérationnelles) disproportionnellement élevé ;
6. Perte de données en cas d'annulation du produit, car les données restent chez l'ORM ;
7. L'ORM ne perçoit pas complètement les implications du changement ou de l'annulation des produits d'assurance – perçoit l'assurance comme un outil marketing plutôt que comme un service financier à relativement long terme.





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

3. Analyse des risques - Risques liés au marketing

1. Le produit n'est pas expliqué correctement ;
2. Les agents ne sont pas suffisamment formés ;
3. Sensibilisation des clients durant la transition d'un produit de fidélité à un produit payant ;
4. Supports marketing peu clairs/trompeurs ;
5. Charges de marketing plus élevées que prévues.





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

3. Analyse des risques - Risques juridiques

1. Recours juridique peu clair pour le règlement des différends ;
2. Contrôle réglementaire insuffisant ;
3. Perception de la propriété du produit et des responsabilités associées ;
4. *Protection des données ;*
5. Droits des abonnés vs ORM ;
6. Documentation de la police ;
7. Utilisation du temps de communication (“unites”) pour le paiement de la prime.





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

3. Analyse des risques - Risques liés aux systèmes

1. Systèmes incapables de fonctionner à grande échelle ;
- 2. Indisponibilité des données si le partenariat est rompu ;**
3. Pannes technologiques ;
4. Traitement des données inapproprié. Erreurs de données.





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

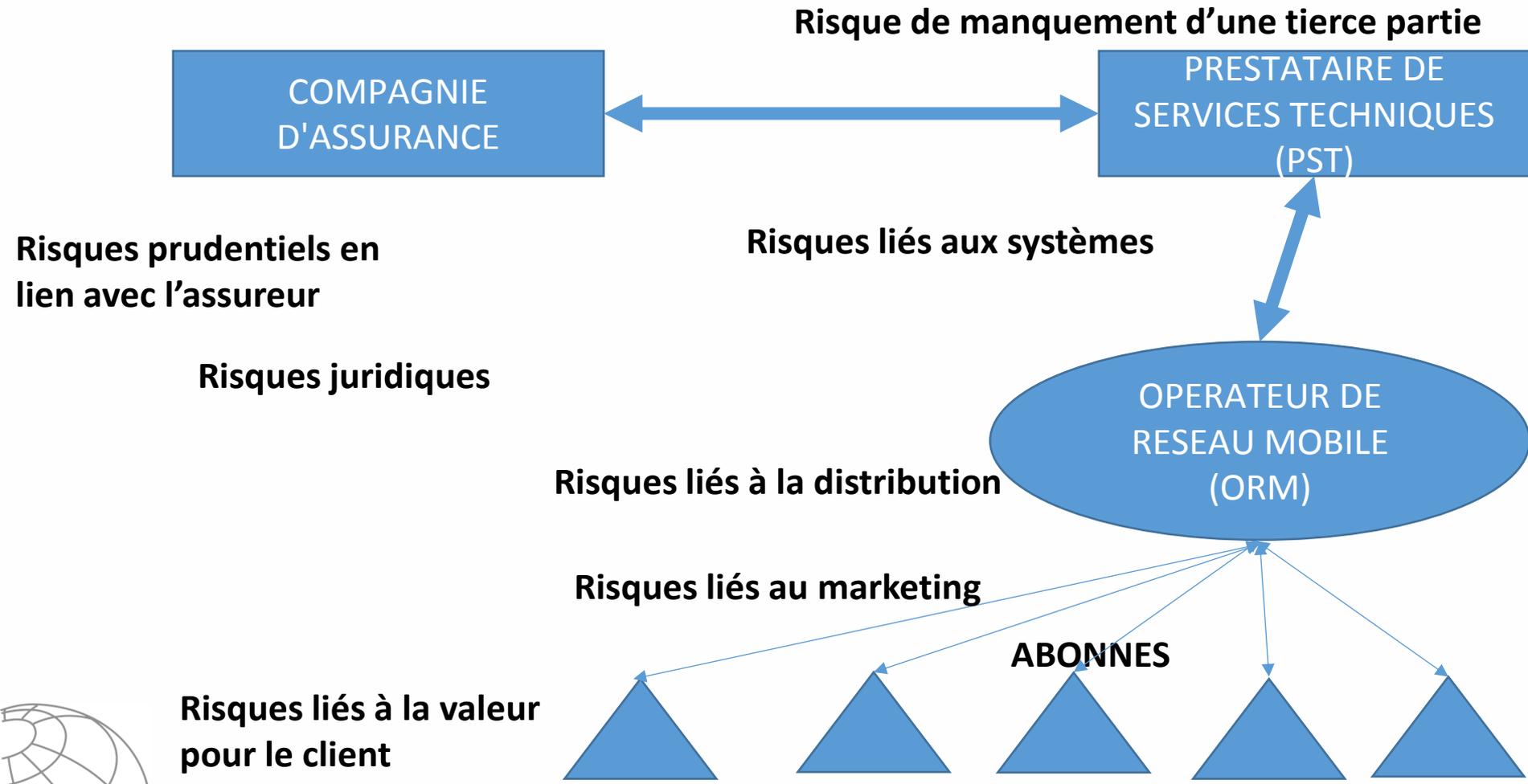
3. Analyse des risques

- Risque de manquement d'une tierce partie

1. Mesure la dépendance de l'assureur vis-à-vis de ses partenaires (Prestataire de Services Techniques, banque...)
2. Compétences des partenaires à gérer l'activité pour le compte de l'assureur : traitement des sinistres, administration....
3. Manque de compétences/compréhension des assureurs locaux.



3. Analyse des risques - Résumé





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

3. Analyse des risques

Impact potentiel des risques - 1

RISQUE	IMPACT POTENTIEL
Risques liés à la valeur pour le client	<ul style="list-style-type: none">a) Diminution de la demande ;b) Les ORM ne perçoivent pas de valeur pour eux ;c) Interruption du produit ;d) Litiges avec l'assureur ;e) Risque de réputation ;f) Conséquences négatives sur la confiance du marché envers l'assurance et potentiellement sur l'inclusion financière.
Risques pruden­tiels liés à l'assureur	<ul style="list-style-type: none">a) L'assureur ne peut pas honorer ses obligations ;b) Nécessité de modifier le prix ou la conception du produit, conduisant à une diminution des volumes/de la confiance ;c) L'assureur supprime le produit ;d) L'assureur renonce à l'innovation ;e) L'intérêt des (ré)assureurs pour le secteur diminue.
Risques liés à la distribution	<ul style="list-style-type: none">a) Produit suspendu/supprimé ;b) Clients non conscients de la transition du produit (par ex. de gratuit à payant) ;c) Risque commercial pour l'assureur en cas d'interruption du produit ;d) Manque d'accès aux données dans le cas de la suppression du produit.





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

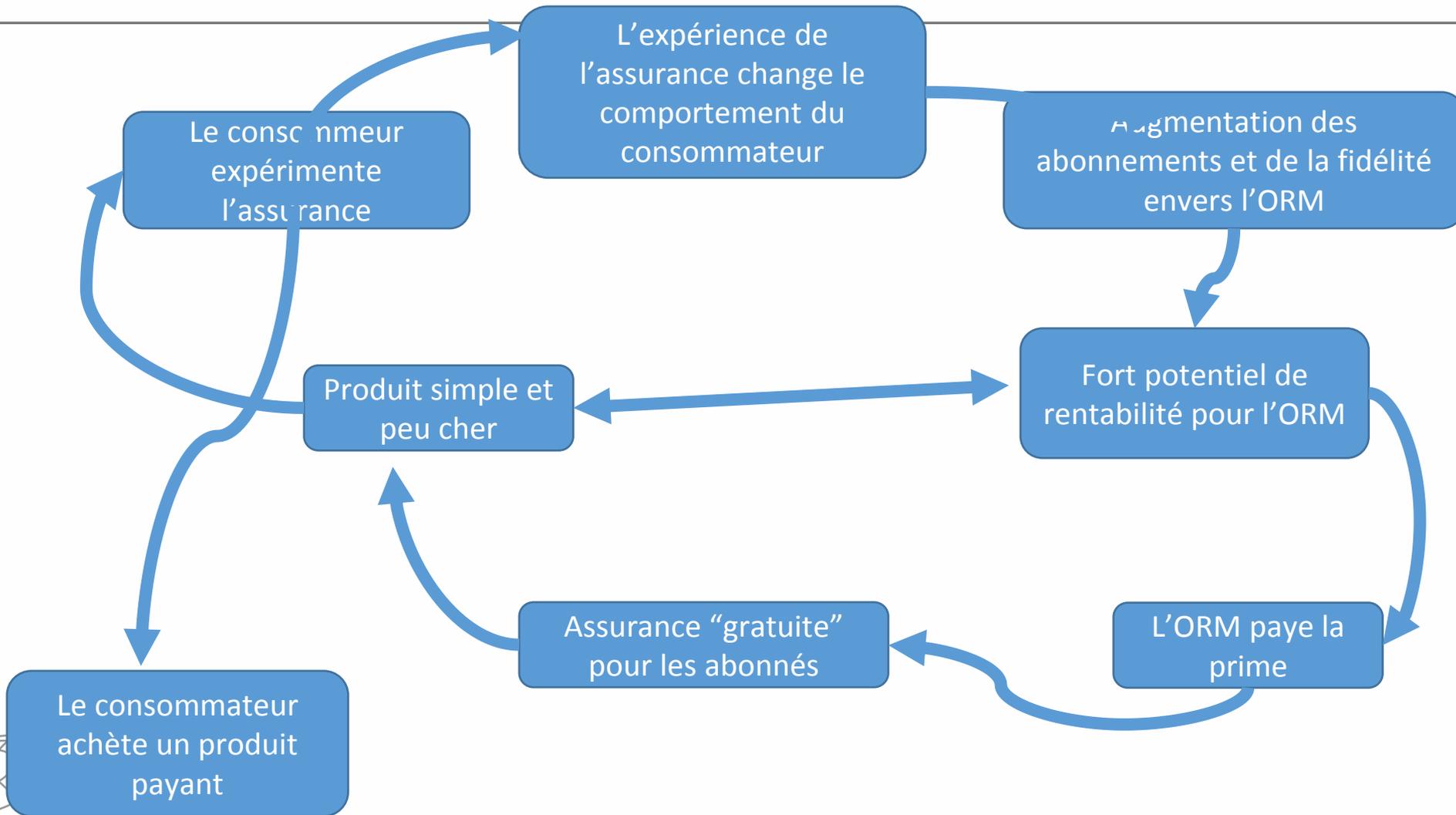
3. Analyse des risques

Impact potentiel des risques - 2

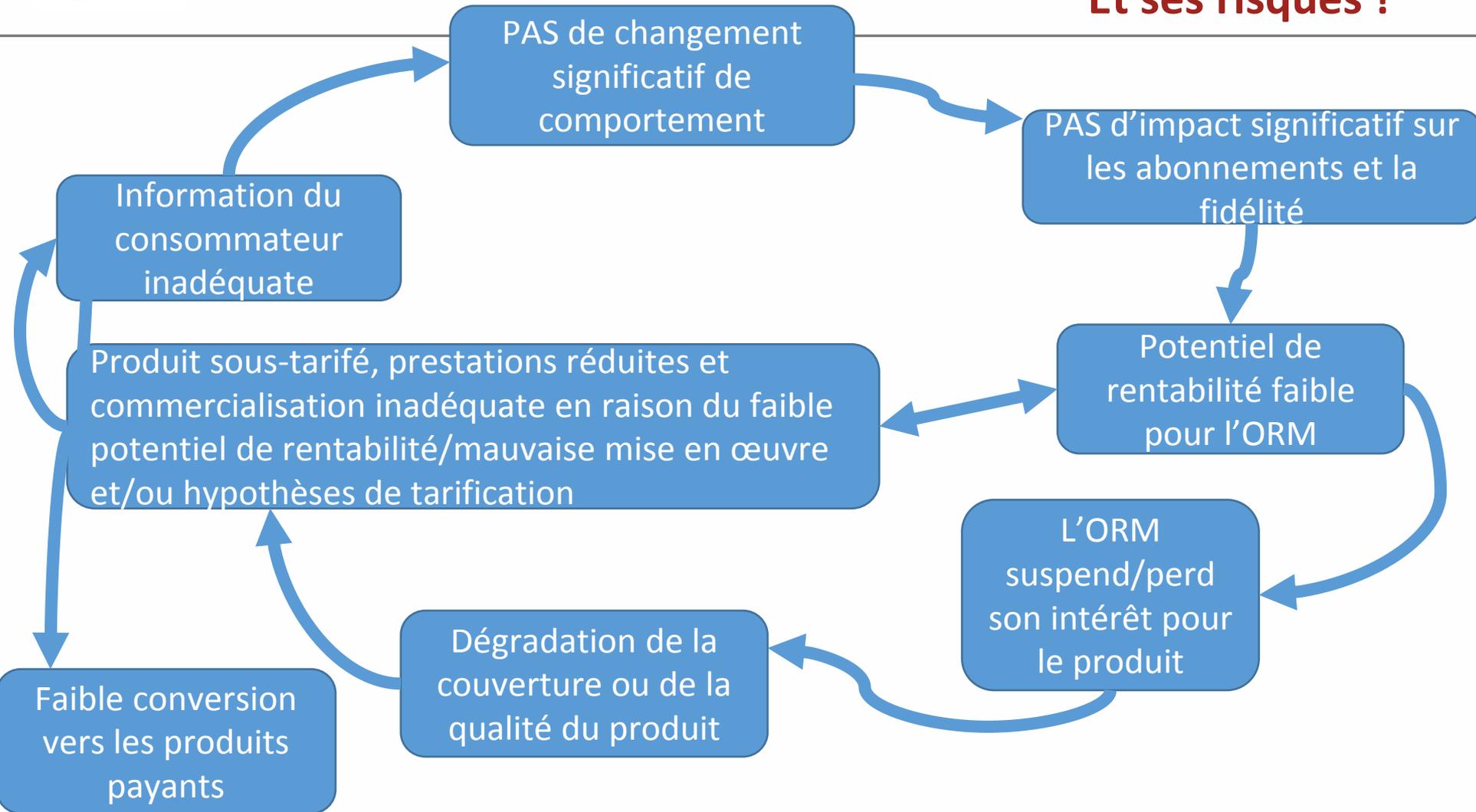
RISQUE	IMPACT POTENTIEL
Risques liés au marketing	<ul style="list-style-type: none">a) Litiges concernant les produits ;b) Mauvaise réputation des acteurs et de l'assurance en général ;c) Produits supprimés en raison de litiges/du manque d'intérêt commercial pour les ORM.
Risques juridiques	<ul style="list-style-type: none">a) Non-respect des bonnes pratiques en l'absence de supervision ;b) Contradiction dans les responsabilités, par ex. les ORM perçus comme « propriétaires » des produits mais non réglementés ;c) Utilisation abusive des données des clients ;d) Résolution des litiges insuffisamment claire.
Risques liés aux tiers	<ul style="list-style-type: none">a) Produits exposés à l'inefficacité du PST ;b) L'assureur ne développe pas sa capacité d'innovation ;c) Produits affectés par le retrait ou le changement de stratégie du PST.
Risques liés aux systèmes	<ul style="list-style-type: none">a) Données disponibles ;b) Risques covariants en cas de panne technologique ;c) Systèmes incapables de suivre la croissance ;d) Erreurs des systèmes conduisant à une interruption/carence de la couverture.



4. Exemple d'interaction des risques dans le modèle de freemium...



Et ses risques !





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

5. Étapes clés de la gestion des risques

- **Étape d’approbation du produit : contrôle en amont du lancement du produit**
- **Après l’étape de lancement : surveillance de la performance du produit**
 - Mesure quantitative des indicateurs clés de performance
 - Mesure qualitative des indicateurs clés de performance
- **Approche multi-réglementaire : coordination entre les différentes autorités de réglementation, p. ex. régulateur des assurances, régulateur du secteur mobile, banque centrale**





IAIS

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF
INSURANCE SUPERVISORS

MERCI POUR VOTRE ATTENTION

VOS QUESTIONS/COMMENTAIRES

A2ii: consultation.call@a2ii.org

Renata de Leers: rdeleers@hotmail.com

