



Régimes de formalisation et de licences

22 octobre 2020

Intervenants



Andrea Camargo

Directrice d'Inspowering et
Experte technique à l'A2ii



Nichola Beyers

Associée de recherche,
Cenfri



Aurélien Cosma

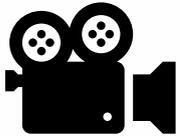
Conseiller Senior,
Association Internationale
des Contrôleurs
d'Assurance (AICA)



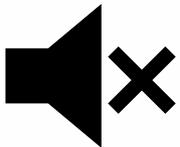
Mariella Regh

Conseillère, Initiative
Accès à l'assurance (A2ii)

Règles générales



Ce webinaire sera ENREGISTRÉ



Veillez DÉACTIVER votre micro si vous ne parlez pas



Veillez utiliser la fonction CONVERSATION pour poser des questions



“LEVER LA MAIN” lorsque vous souhaitez parler ou poser une question

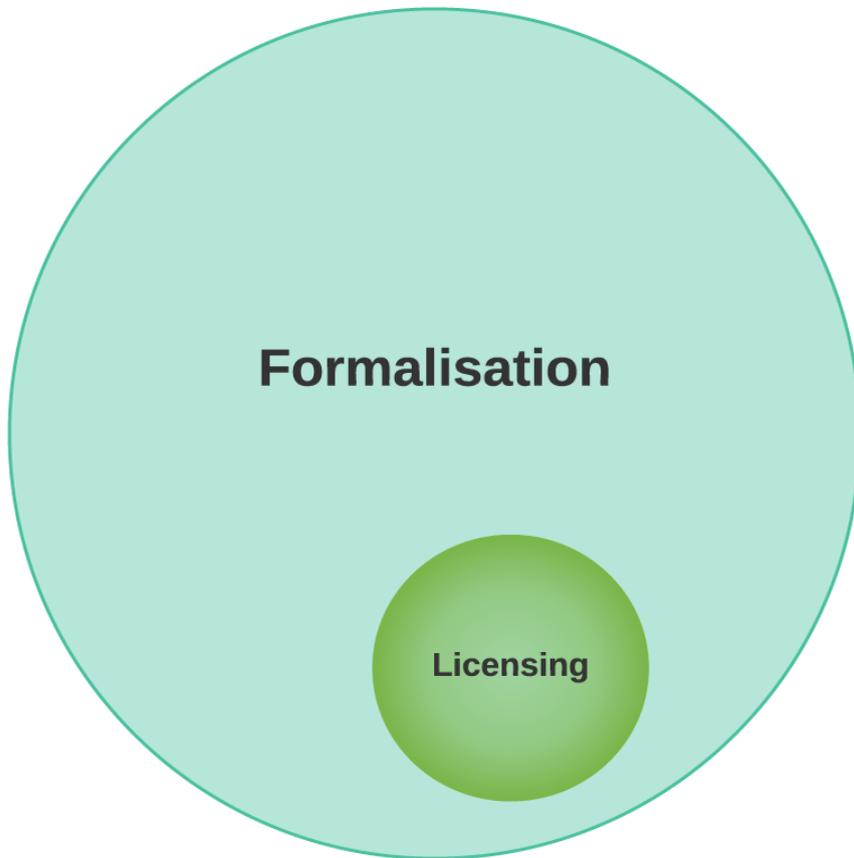


Pour tous les problèmes techniques, veuillez contacter le secrétariat de l'A2ii via la fonction de conversation ou par e-mail à (secretariat@a2ii.org)

Régimes de formalisation et licences : pertinence du sujet pour l'assurance inclusive

Andrea Camargo

Cadre conceptuel



”Les assurances informelles ne sont pas souhaitables, il peut être nécessaire de formaliser l'existence d'un secteur informel”
IAIS, 2012

- **Formalisation** : processus pour intégrer les acteurs et régimes informels dans un cadre réglementaire et contrôlé.
- **Licence** : *“Une personne morale qui a pour objectif d'entreprendre des activités d'assurances doit posséder une licence avant de pouvoir exercer dans une juridiction”.*

PBA 4 – L'agrément



L'agrément contribue à **l'efficacité et à la stabilité** du secteur de l'assurance.



Des conditions strictes d'approbation formelle via l'agrément des assureurs sont nécessaires pour **protéger les consommateurs**.

La procédure d'agrément est la première étape pour garantir que **les assureurs puissent remplir leurs obligations vis-à-vis des assurés**.



Les exigences et les procédures d'octroi d'agrément doivent être **claires, objectives et publiques, et être appliquées de manière cohérente**.



Les conditions et procédures d'agrément **ne devraient pas être utilisées de façon inappropriée afin d'empêcher ou de retarder de manière excessive l'accès au marché**.

Pourquoi l'agrément est-il pertinent lorsque nous parlons d'assurance inclusive ? (1)

1. Atteindre **les populations non- ou sous-desservies** nécessite d'adopter une approche axée sur le **consommateur**

Les caractéristiques des consommateurs, leurs réseaux de soutien et la façon dont ils gèrent leurs risques **augmentent la probabilité d'informalité**

Qui appartient à leurs réseaux informels ?



Pourquoi l'agrément est-il pertinent lorsque nous parlons d'assurance inclusive ? (2)

Les facteurs de demande :

1. Les consommateurs potentiels **n'utilisent généralement pas d'outils de transfert des risques** pour gérer leurs risques.
2. Les outils informels de gestion des risques sont répandus – dans certains cas **des prestataires informels proposent des produits semblables à ceux des assurances.**
3. Généralement, **ils ne font pas confiance aux assureurs** ou aux institutions financières formelles en général.
4. La sensibilisation est un défi : les prestataires traditionnels sont absents ou ne proposent pas ces services – **la technologie est un moteur du développement d'outils de transfert des risques.**



Pourquoi l'agrément est-il pertinent lorsque nous parlons d'assurance inclusive ? (3)

2. Des approches innovantes et la vision selon laquelle une assurance inclusive peut prospérer sont nécessaires pour encourager l'accès aux assurances...

néanmoins...

- Parfois les assureurs locaux **n'ont pas les compétences ou capacités** pour innover.
- Les assureurs locaux **ne sont pas les moteurs des progrès de numérisation et de technologie** qui favorisent.
 - Les grandes entreprises de technologie possèdent l'avantage sur les assureurs traditionnels : elles ont les données, la base-client existante et les plateformes de distribution pour atteindre efficacement les consommateurs de façon plus pratique et numérique.
- Parfois les assureurs locaux **ne veulent pas être le fer de lance** de l'assurance inclusive.
- Parfois les assureurs locaux **ne voient pas d'opportunité financière dans l'assurance inclusive**
 - C'est particulièrement vrai dans les petits pays ou les îles où le marché cible est très restreint

Nécessité d'appliquer le principe de proportionnalité

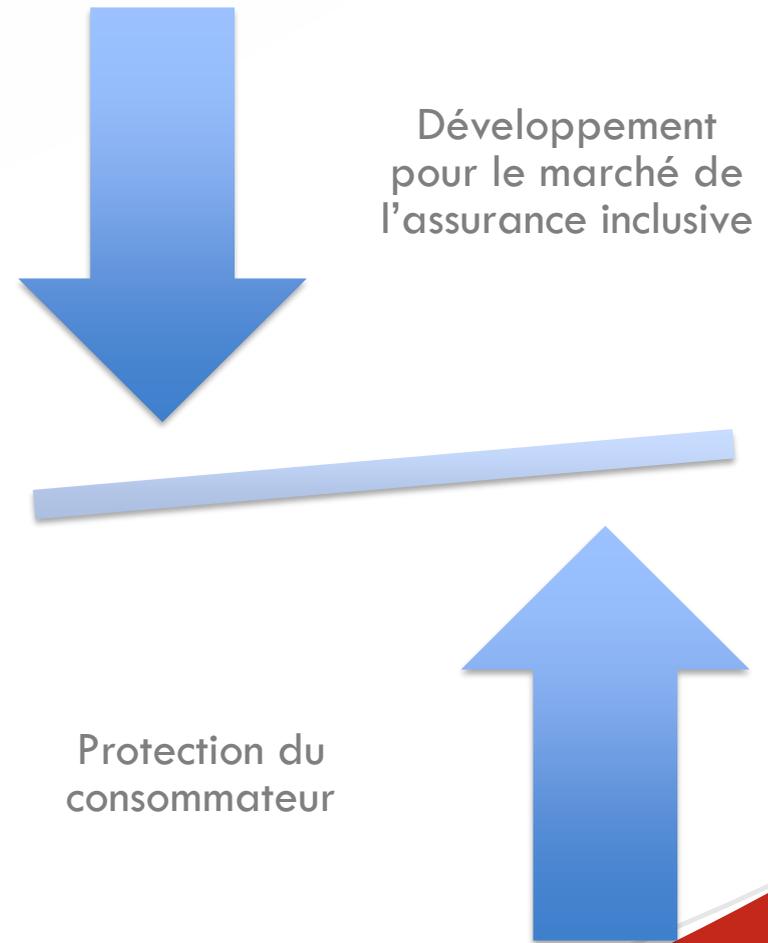
Nécessité d'appliquer le principe de proportionnalité

Le problème :

Les conditions d'agrément pourraient cesser d'être des barrières dans un tel contexte !

Il faut **encourager l'accès à l'assurance – le chemin - :**

- Formaliser l'informalité **de façon proportionnée**
- Permettre l'établissement de nouveaux entrants **de façon proportionnée**



Les lignes directrices de ce chemin



Appliquer une approche proportionnée à l'agrément afin de déverrouiller l'accès à l'assurance

Lignes directrices d'IAIS

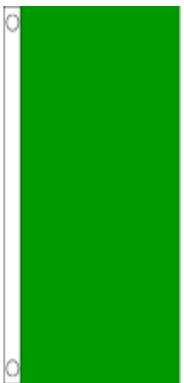
ICP 4

Rapport d'application de la réglementation et la supervision soutenant les marchés d'assurances inclusives, IAIS, 2012

Rapport d'application de la réglementation et la supervision des MCOC, 2017

Rapport d'application sur l'utilisation des technologies numériques dans l'assurance inclusive, 2018

Quelques exemples – l'agrément pour les micro-assurances



Quelques exemples de nouveaux prestataires sur la scène des technologies d'assurance

Lemonade	Root
Hippo	Trov
Bestow	Pie Insurance
Metromile	Next Insurance
Kin	Clearcover

Le chemin :

- TSP (plan d'épargne américain) / société de gestion d'assurances
- Partenariats étroits ou même propriété d'assureurs internationaux
- Les approches de tests/apprentissages pour faciliter l'approbation

Messages clés

- L'application du principe de proportionnalité en ce qui concerne les processus d'accréditation implique de réaliser les étapes suivantes :
 - ✓ Premièrement, vérifier s'il y a un besoin ! Cela implique une compréhension permanente des marchés de l'assurance formelle et informelle, de bien connaître les consommateurs et les prestataires et de comprendre la phase actuelle de l'informalité.
 - ✓ Deuxièmement, comprendre les mécanismes et les prestataires.
 - ✓ Troisièmement, identifier et évaluer les risques - efficacité et stabilité du secteur des assurances + protection des consommateurs.
 - ✓ Quatrièmement, explorer comment des approches réglementaires et de contrôle proportionnées peuvent atténuer les risques et en même temps déverrouiller l'accès à l'assurance.
 - ✓ Cinquièmement, valider cette approche avec les nouveaux prestataires potentiels pour s'assurer que vous créez un chemin vers la formalisation. M&E.

Messages clés

- S'assurer que les consommateurs soient efficacement protégés :
 - ✓ Les distinctions entre les assureurs accrédités et non accrédités peuvent être difficiles à déterminer pour les consommateurs - il est essentiel de clarifier qui est accrédité et qui ne l'est pas, et de sensibiliser les consommateurs aux conséquences d'une relation commerciale avec un prestataire informel
 - ✓ Contrôler constamment les plans "tolérés" similaires à ceux des assurances pour qu'ils ne provoquent pas de risque systémique et de manque de confiance dans les assurances.
 - ✓ Protéger les consommateurs signifie aussi leur donner accès à l'assurance - essayez toujours de vous mettre à leur place et réfléchissez à comment vous voyez le cadre, pour qu'ils puissent être plus résilients.

Ressources supplémentaires

- [Rapport sur les bonnes pratiques dans les conditions d'accréditation, assurances entre homologues et le principe de proportionnalité dans le contexte des technologies d'assurances, 2019](#)
- [Livre blanc d'Etheris, 2017](#)
- [Le potentiel d'une structure de société captive pour l'Afrique sub-saharienne, Cenfri, 2019](#)

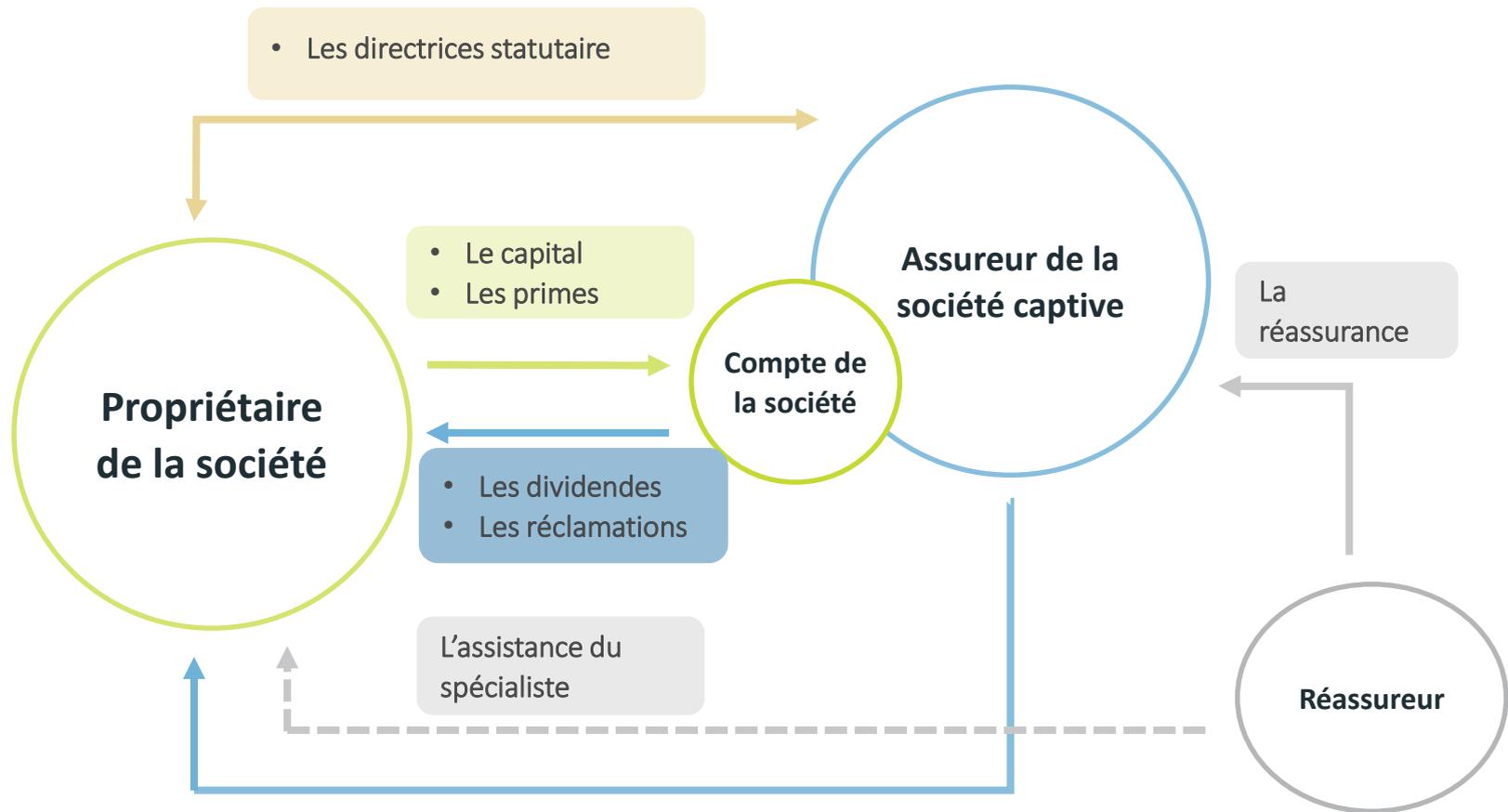
Explorer le potentiel des structures de sociétés captives en Afrique subsaharienne

octobre 2020



Sociétés captives primaires

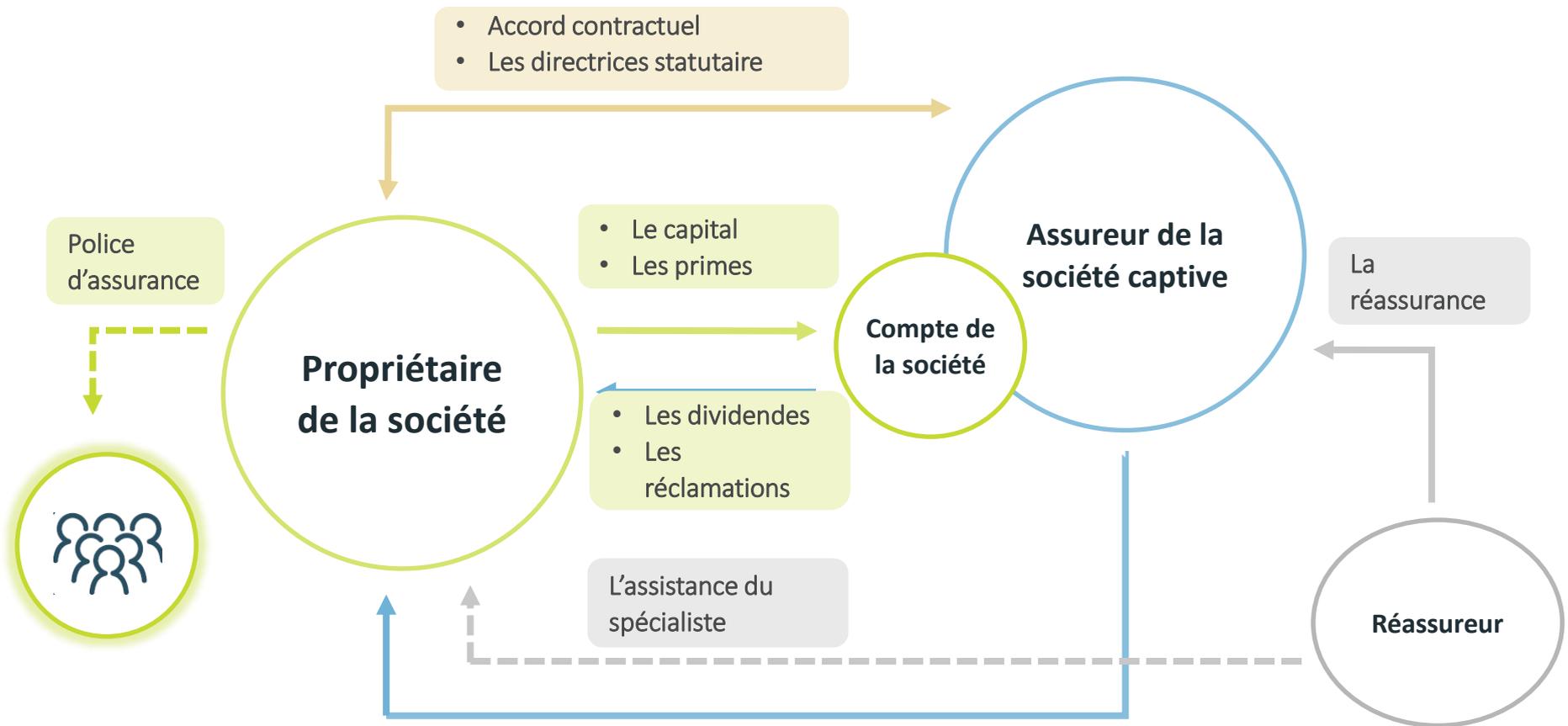
L'assureur accrédité forme des sociétés protégées, ce qui permet au propriétaire de la société d'auto-assurer les risques/actifs



- Les services fournis par l'assureur de la société captive incluent
- La gouvernance et la conformité
 - Les services actuariels
 - La conception du produit, la formulation de la police d'assurance et son prix
 - La souscription

Sociétés captives tierces

Les propriétaires de sociétés utilisent une licence d'assureur de société captive pour émettre des polices à l'intention des groupes tiers



Les services fournis par l'assureur de la société captive incluent

- La gouvernance et la conformité
- Les services actuariels
- La conception du produit, la formulation de la police d'assurance et son prix
- La souscription

Les sociétés captives offrent des avantages aux différents acteurs

	Propriétaires de sociétés	Assureur de société captive	Législateur
Primaires	<ul style="list-style-type: none"> • Conditions de capital et de conformité plus faibles • Couverture des risques de niche/spécialisés • Part dans les avantages économiques • Responsabilité limitée 	<ul style="list-style-type: none"> • Outil efficace pour participer au capital et étendre son influence 	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en commun de capitaux pour stimuler la capacité locale à couvrir des risques importants
Tiers	<ul style="list-style-type: none"> • Conditions de capital et de conformité plus faibles • Part dans les avantages économiques • Autonomie et contrôle sur les offres d'assurances accrues • Possibilité d'obtention d'un diplôme pour les nouveaux licenciés potentiels • Participation au marché 	<ul style="list-style-type: none"> • Constituer un avantage concurrentiel via la place des sociétés captives • Atteindre de nouveaux marchés/segments en exploitant les capacités de distribution/marketing des partenaires (propriétaires de sociétés) • Aperçu et accès aux idées innovantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovation du commerce • Assurance inclusive • Constitution d'une capacité locale • Consolidation du marché • Participation au marché plus large sans avoir besoin de licences supplémentaires

Cas d'usage pour les sociétés captives tierces

Les licences alternatives et la formalisation

Les sociétés captives peuvent constituer une option alternative pour accueillir des acteurs innovants de façon formelle.

Processus menant au reclassement

Les sociétés captives peuvent aider les nouveaux acteurs à entrer dans le marché de l'assurance, en améliorant progressivement leurs compétences et en constituant un capital jusqu'à ce qu'ils soient en mesure d'acquérir leur propre licence d'assurances.

Innovation du commerce

Le propriétaire de la société dispose d'une autonomie pour adapter l'offre de produits à sa vision et/ou aux besoins du client (par opposition à une relation de distribution pure). Le contrôle sur la chaîne de valeur de l'assurance permet l'innovation dans une structure souple qui se situe en-dehors de la culture d'entreprise et des systèmes de succession des assureurs "traditionnels".

Formalisation

Les sociétés captives répondent aux défis de licences et formalisation.

Formalisation. Des sociétés captives créent un chemin pour les innovateurs qui ne correspondent pas parfaitement aux options de licence d'assurances traditionnelles, et leur permettent d'être en conformité avec la réglementation.

- **Options de licences limitées disponibles pour les législateurs**
 - Les acteurs du marché de plus en plus innovants ne correspondent pas aux catégories traditionnelles de licences des assureurs, (micro-assureurs), courtiers ou agent, ce qui peut mener à une sur-conformité ou à une exploitation sans licence (de façon informelle).
 - Les sociétés captives peuvent accueillir des acteurs innovants qui souhaitent fournir plus de services qu'un courtier/agent, sans en supporter les risques, ni/ou sans respecter une conformité complète de licence d'assurance.
- **Des barrières à l'entrée trop élevées**
 - Des barrières élevées à l'entrée peuvent empêcher de petits acteurs de devenir assureurs de plein droit
 - Les sociétés captives peuvent diminuer le fardeau du capital et de la conformité réglementaire des organisations qui cherchent à formaliser des opérations d'assurance.

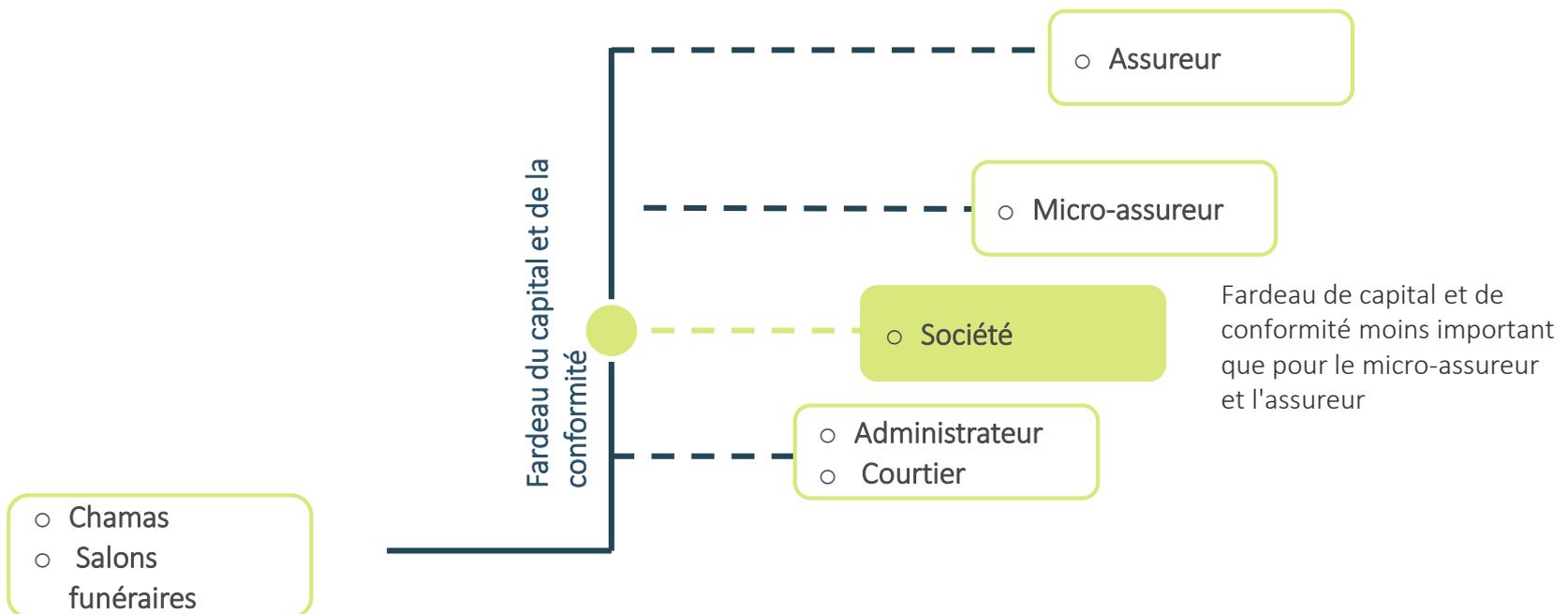
Formalisation

Options de participation au marché

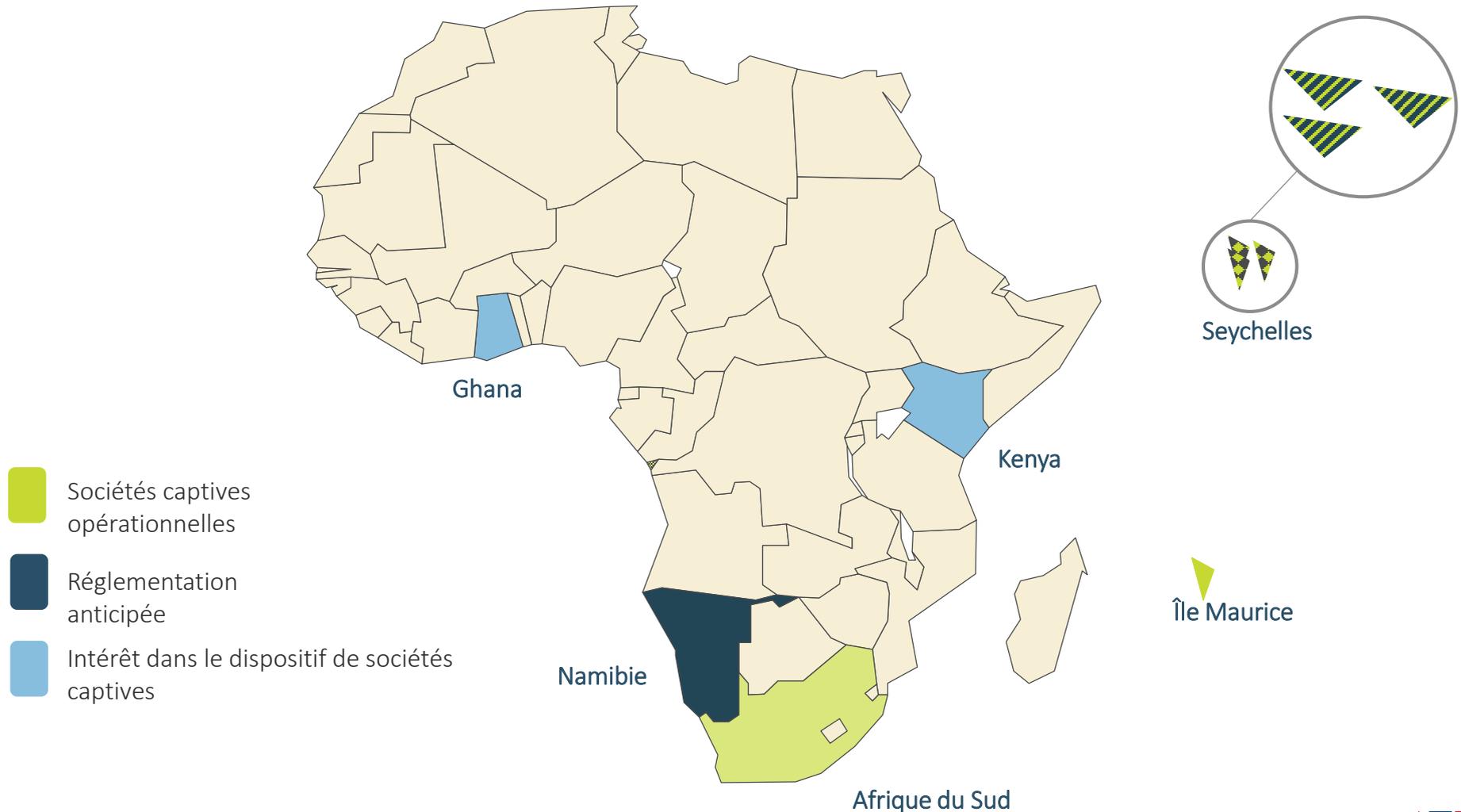
Participation au marché. La structure des sociétés captives joue un rôle de formalisation important en permettant aux nouveaux acteurs d'entrer dans le marché de l'assurance. Ce modèle élargit la gamme d'options disponibles, ce qui permet aux acteurs de décider comment ils veulent opérer – soit en restant dans une société captive, soit en obtenant une licence d'assurance.

Marché informel

Marché formel



Panorama des sociétés captives en Afrique



Prochaines étapes

- Collaboration et les engagements directs avec les parties intéressées
- Fixer les paramètres de pilotage du modèle
- Tester et apprendre du processus de pilotage
- Renforcer les capacités internes pour superviser efficacement les sociétés captives
- Utiliser ses apprentissages pour l'élaboration d'une réglementation spécifique afin d'apporter une plus grande certitude réglementaire sur le marché

Contact us

Nichola Beyers

nichola@cenfri.org

About Cenfri

Cenfri is a global think-tank and non-profit enterprise that bridges the gap between insights and impact in the financial sector. Cenfri's people are driven by a vision of a world where all people live their financial lives optimally to enhance welfare and grow the economy. Its core focus is on generating insights that can inform policymakers, market players and donors who seek to unlock development outcomes through inclusive financial services and the financial sector more broadly.

About FSD Africa

FSD Africa is a non-profit company that aims to increase prosperity, create jobs and reduce poverty by bringing about a transformation in financial markets in sub-Saharan Africa (SSA) and in the economies they serve. It provides know-how and capital to champions of change whose ideas, influence and actions will make finance more useful to African businesses and households. It is funded by the UK aid from the UK Government. FSD Africa also provides technical and operational support to a family of 10 financial market development agencies or "FSDs" across SSA called the FSD Network.



Merci

Suivez nous sur Twitter @a2ii_org, Youtube et LinkedIn

Implementation Partner:



Supported by:



Hosted by:

