

# Placer le consommateur au cœur de la numérisation de la chaîne de valeur de l'assurance

**A2ii-AICA Consultation téléphonique du  
19 mars 2020**

Andrea Camargo | A2ii

# Présentatrices

## Expert technique



**Andrea Camargo**  
Director, Inpowering  
Expert technique, A2ii



**Paulo Miller**  
*Head of the Office of  
studies and Institutional  
relations,  
Superintendencia de  
Seguros Privados  
(SUSEP), Brazil*

## Modérateur



**Mariella Regh**  
Access to Insurance Initiative (A2ii)

# Qu'est-ce que l'assurance inclusive ?

## Microassurance

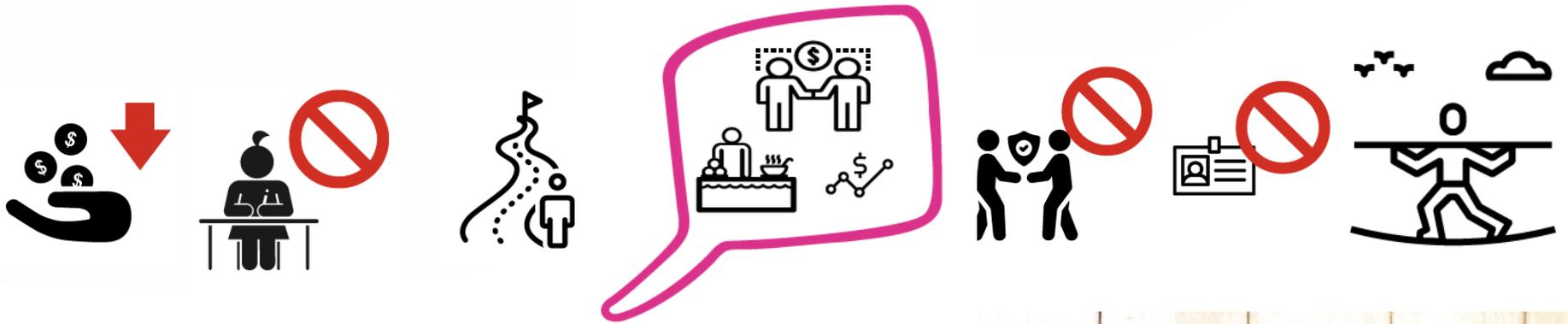
*« Une assurance destinée aux populations à faible revenu, proposée par différentes entités, mais gérée conformément aux pratiques d'assurance généralement acceptées. » (AICA 2007)*

## Assurance Inclusive

*« Tous les produits d'assurance destinés au marché des personnes exclues ou défavorisées, plutôt que les produits uniquement destinés aux pauvres, ou une conception restreinte de ce qu'est le marché des personnes à faible revenu. » (AICA 2015)*

\*Voir publications de l'AICA : (1) Défis liés à la réglementation et au contrôle de la microassurance (2007)  
(2) Document de mise en œuvre sur la réglementation et le contrôle en faveur des marchés de l'assurance inclusive (2012) (3) Document de synthèse sur la conduite des affaires en matière d'assurance inclusive (2015)

# Consommateurs de l'assurance inclusive : les exclus et les défavorisés



# Les consommateurs de l'assurance inclusive

## *Le cas du Ghana*

### Description du groupe cible de la micro-assurance



**57,6%**  
**gagnent 600 Cedi**  
**ou moins par mois**



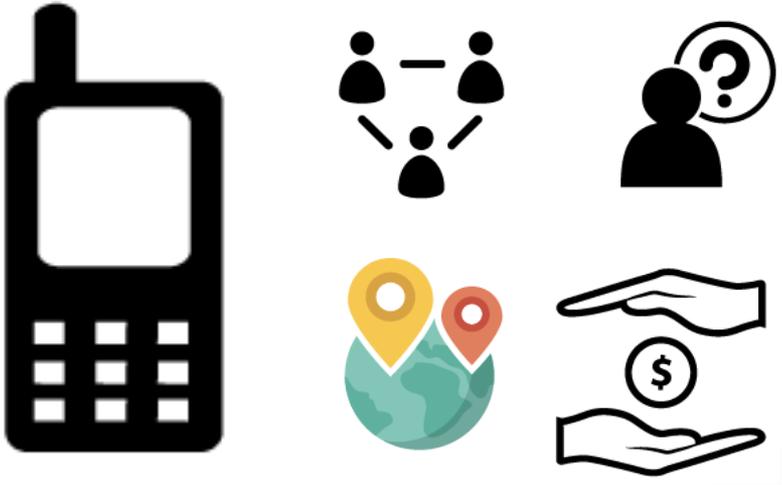
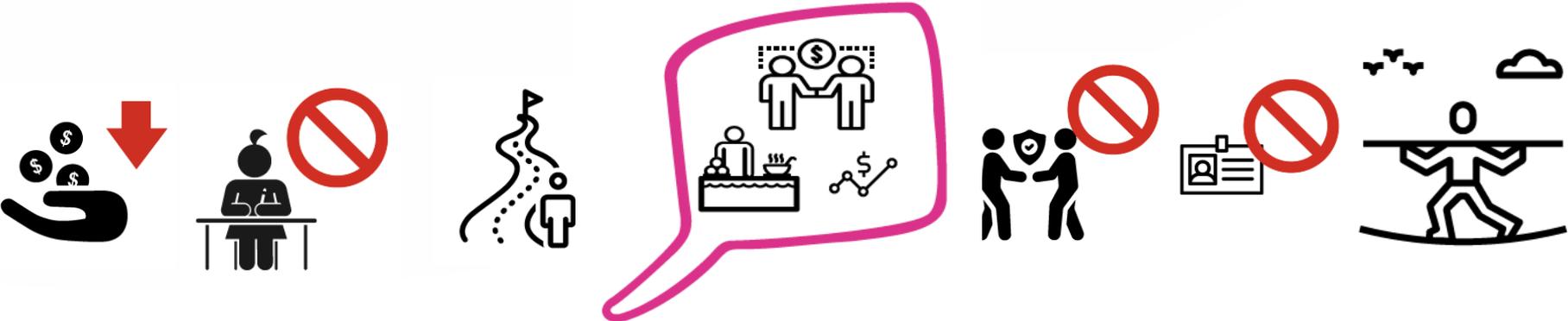
**54,4% de**  
**Femmes**



# Comment gèrent-ils leur risque ?



# Le potentiel de la numérisation pour l'assurance inclusive



## Question 1

**Quelles sont les innovations que les prestataires ont adoptées dans votre pays pour surmonter les tout-derniers obstacles et promouvoir l'accès à l'assurance ?**

# Le potentiel de la numérisation pour l'assurance inclusive



# Les modèles de l'InsurTech dans les marchés émergents

## L'Assurance P2P

Les plateformes P2P rassemblent les gens pour qu'ils absorbent les risques des uns et des autres, chaque membre du groupe contribuant aux primes pour assurer les pertes des autres. L'attrait de base est similaire à celui de la mutualité, exception faite que cette technologie permet une portée et une échelle beaucoup plus importante dans la mise en relation des personnes.

## Plates-formes numériques

Celles-ci permettent de remplacer les aspects du contact physique de la chaîne de valeur des assurances par un service en ligne (courtiers en ligne, assureurs en ligne, ou même les services d'arrière-plan (back-end) des assureurs). Il s'agit de la catégorie la plus importante, avec 166 compagnies d'assurance exploitant près de 300 entreprises dans le monde émergent.

## Partenariats technologiques

Les partenariats technologiques font référence aux partenariats tripartites entre un assureur, un distributeur (qu'il s'agisse d'un détaillant, d'un ORM, d'une plate-forme de commerce électronique ou autre) et un PST.

# Les modèles de l'InsurTech dans les marchés émergents

## Nouvelles données et analyses

Celles-ci collectent et analysent des données pour informer les assureurs et les PST des besoins et des comportements des consommateurs. Cette catégorie est composée d'agents conversationnels (ou chatbots), de la télématique, de l'apprentissage machine et de l'intelligence artificielle (IA) et des contrats intelligents.

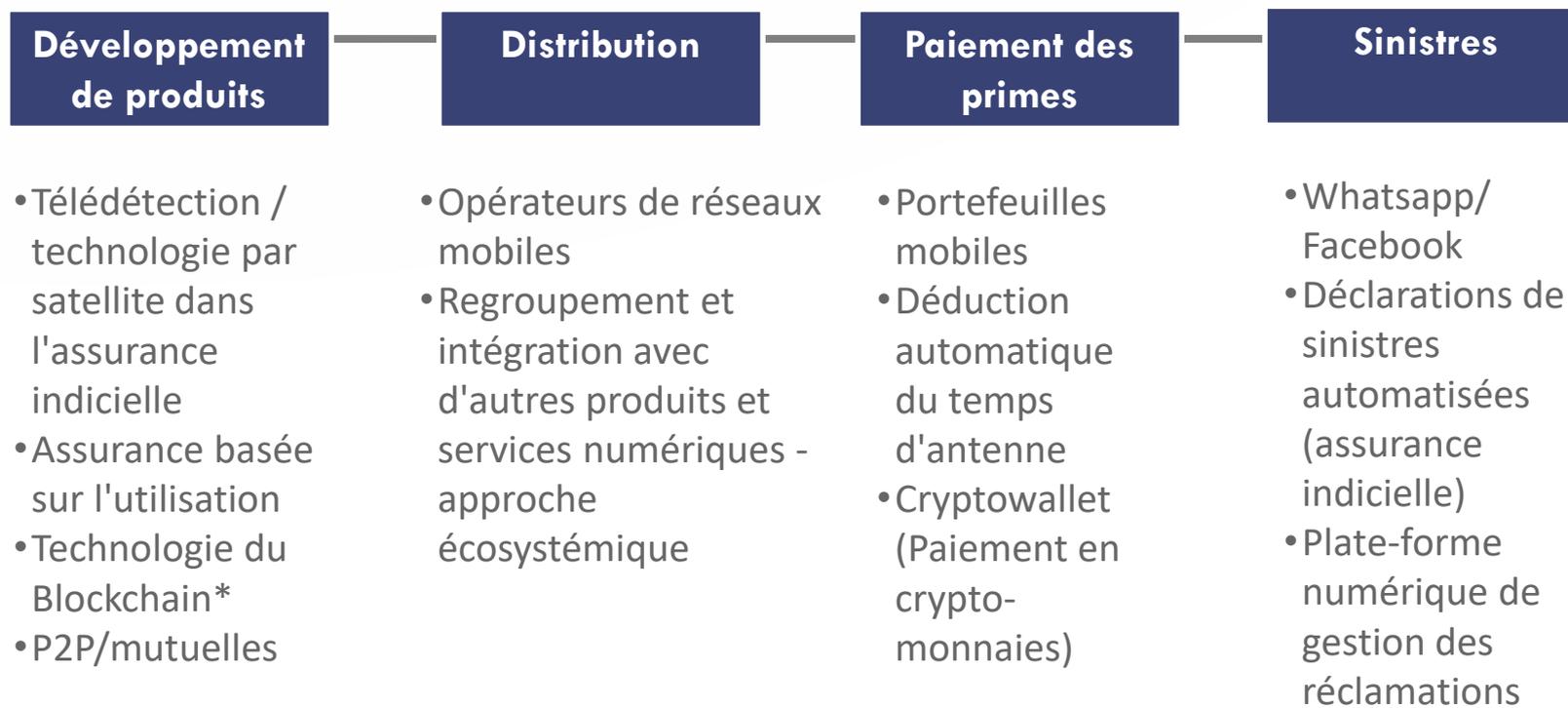
## Assurance indicielle

(a) l'assurance à la demande, lorsque la couverture dure pendant une période prédéfinie ou dans le cadre d'un événement spécifique (l'assurance voyage par ex.), et (b) l'assurance à la carte, qui fait payer au client une prime basée à l'utilisation d'un bien (actuellement, elle se limite encore surtout à l'assurance véhicule). Celles-ci reposent sur des technologies telles que la télématique, l'apprentissage machine et la téléphonie mobile. On a parfois recours aux contrats intelligents pour assurer un paiement automatique.

## L'assurance indicielle

Les principales études de cas pratiques touchant aux assurances agricoles et liées aux conditions météorologiques, cela a un impact non négligeable sur les groupes vulnérables au risque climatique. Cette catégorie a recours à deux types de technologies : l'équipement de mesure des données et la technologie du « registre distribué » (Blockchain) pour déclencher des paiements basés sur l'indice. Il est également possible de passer par le téléphone portable pour interagir avec le consommateur.

# La numérisation dans l'assurance inclusive



**De nombreux modèles regroupent une combinaison de différentes technologies, à la fois hors ligne et en ligne - certains modèles passent en partie à l'analogique depuis le numérique.**

# La nécessité d'adopter une approche spécifique

## Le point de vue du consommateur et du prestataire

### 1. Pour assurer une protection efficace des consommateurs, il est nécessaire de tenir compte :

- ✓ De la vulnérabilité propre au consommateur d'assurance inclusive
- ✓ des défis relatifs aux mécanismes de protection traditionnels

### 2. Pour promouvoir le développement d'un marché de l'assurance inclusif, il faut prendre en compte:

- ✓ Les innovations risquant d'amplifier les décalages entre information et pouvoir...
- ✓ L'arrivée de nouveaux acteurs et de modèles où les professionnels non issus du monde de l'assurance participent activement au marché



# Le défi

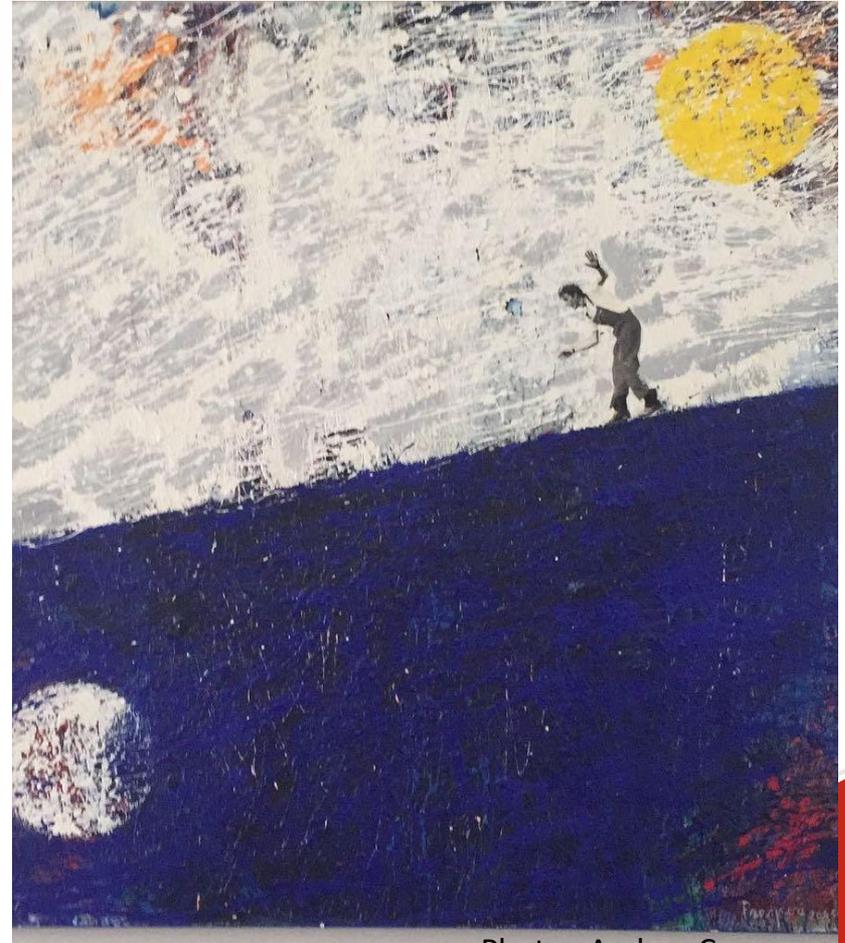
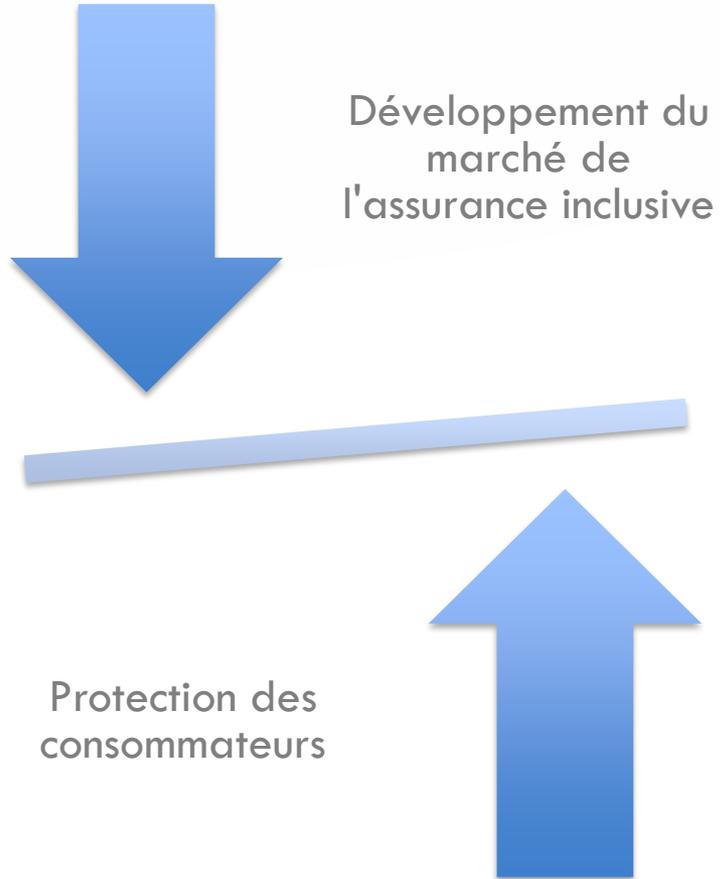


Photo : Andrea Camargo :

# La proportionnalité : un outil pour relever ce défi

... les contrôleurs doivent adapter certaines exigences et mesures en matière de contrôle en fonction de la nature, de l'importance et de la complexité des différents assureurs.

*AICA, Document de mise en œuvre sur la réglementation et le contrôle en faveur des marchés de l'assurance inclusive (2012)*



Toute approche fondée sur des données factuelles balaie les évidences

## Question 2

**Selon vous, quels sont les principaux risques de ces innovations ?**

**Et**

**Comment vous assurez-vous que ces innovations placent le consommateur au cœur du sujet?**

# Exemple : les risques de l'assurance mobile

## Risques prudentiels

- Assurance / technique
- Externalisation
- Conformité
- Opérationnel (y compris sur Internet)

## Aspects relatifs à la conduite des activités

- Vente et après-vente
- Agrégateur
- Sensibilisation des assurés
- Paiement
- Données
- Exclusion

- Les clients ne savent pas qu'ils sont couverts
- Les clients ne comprennent pas le produit
- Faible valeur ajoutée pour le client
- Les produits peuvent être retirés brusquement et avoir une durée de vie limitée
- Vente abusive par des agents et/ou du personnel de vente des PST et/ou des ORM

\*Voir : Document de mise en œuvre de l'AICA sur l'utilisation des technologies numériques dans l'assurance inclusive (2018) et Réglementation de l'assurance mobile - Activités d'assurance par téléphonie mobile: défis réglementaires et nouvelles approches (A2ii, 2018)

# Placer le consommateur au cœur de cette révolution



\*Voir : Document de mise en œuvre de l'AICA sur l'utilisation des technologies numériques dans l'assurance inclusive (2018), Réglementation de l'assurance mobile - Activités d'assurance par téléphonie mobile: défis réglementaires et nouvelles approches (A2ii, 2018) et Document de synthèse de l'AICA sur le recours de plus en plus fréquent de la numérisation dans le domaine de l'assurance et ses répercussions potentielles pour le consommateur (2018)

# Focus sur les défis de la conduite des affaires

## Développement de produits et tarification

- Manque d'intérêt du secteur d'activité de subvenir au marché de l'assurance inclusif
- Lorsque les produits existent, et s'ils ne sont pas corrélés aux besoins du marché inclusif, les consommateurs risquent de dépenser le peu de revenus dont ils disposent dans des produits non adaptés
- Caractère abordable des primes et du paiement des primes - le paiement régulier des primes étalé sur l'année est susceptible de mieux fonctionner
- Pertinence des exclusions, conditions et modalités
- La conception du produit pourrait être dictée par les intérêts du canal de distribution, par exemple les IMF et les contrats de d'assurance vie sur crédit, les ORM et l'assurance mobile
- Confusion des clients sur ce qui est ou n'est pas une police d'assurance avec l'émergence de modèles dépourvus de licence tels que le P2P ou les modèles basés sur la Blockchain
  - Les effets d'exclusion de l'analyse effectuée par voie de *big data* et de l'intelligence artificielle : comment cela change-t-il la situation pour les consommateurs de l'assurance inclusive ?

# Défis relatifs à la conduite des activités :

## Distribution

- Compétence de l'intermédiaire pour vendre et fournir des informations claires, précises et non trompeuses
  - Une chaîne de valeur plus longue et un risque d'échec du partenariat : plus dommageable pour les tout-premiers consommateurs et consommateurs de l'assurance inclusive
  - Il est difficile d'inciter la vente en raison du faible degré de rémunération absolue..
  - ...tandis que des frais/commissions élevés en % de la prime entraînent une valeur moindre
- 
- Quel doit être le niveau des commissions et des frais pour encourager la vente, sans compromettre le caractère abordable, la valeur et les incitations qui faussent la concurrence ?

# Défis relatifs à la conduite des activités :

## Avertissement

- Un avertissement rédigé dans un langage clair et simple ou une tenant compte des spécificités culturelles et linguistiques est à envisager afin de s'assurer que la décision du consommateur soit prise en connaissance de cause
- Nécessité particulière d'un message d'avertissement efficace dans le contexte de l'assurance de groupe
  - Les technologies telles que les appareils mobiles et les *chatbots* risquent-elles aider ou entraver le processus d'avertissement ?
  - Quelles sont les nouvelles exigences en matière d'avertissement qui deviennent essentielles pour les modèles numériques ?
  - Faut-il avertir les consommateurs plus en détails sur le fonctionnement des modèles numériques ? Par exemple, commissions et frais, déduction du temps d'antenne, assurance indicielle, algorithmes, mécanisme (fonctionnement) de la *Blockchain*

# Défis relatifs à la conduite des activités

## Acceptation des clients et collecte des primes

- Naviguer autour des questions de souscription, de droits et d'obligations, des processus contractuels
- Transparence dans les stratégies et les incitations telles que le regroupement de produits (bundling), l'assurance obligatoire, l'option de renonciation / d'inscription automatique - les consommateurs peuvent ne pas savoir qu'ils ont payé pour une couverture
- Facilité d'annulation ou d'inversion de paiement/renonciation de la prime
- Praticité du mode et de l'échéancier de paiement - temps d'attente, porte-monnaie électronique, carte de crédit/débit, espèces, chèques ?
- Les réglementations relatives aux signatures électroniques, à la vigilance à l'égard de la clientèle et aux procédures de LAB/CFT peuvent créer des obstacles involontaires
  - **Quelles sont vos préoccupations en ce qui concerne les signatures électroniques et d'autres solutions alternatives comme les mécanismes biométriques ?**

# Défis relatifs à la conduite des activités

## Règlement des sinistres

- Il est particulièrement urgent de mettre en place un processus de règlement des sinistres simple et rapide, car les assurés ne disposent que de peu de réserves financières
- La notification, l'assistance, la présentation et le paiement des demandes doivent être faciles à effectuer
  - Processus simplifiés de vigilance à l'égard de la clientèle (*due diligence*) et de vérification au moment du dépôt de la demande : sont-ils suffisamment simples ?
  - En quoi la numérisation peut-elle généralement aider ou entraver les demandes d'indemnisation - au sein et en dehors de l'assurance ?
  - Êtes-vous d'accord pour réduire le délai de réclamation pour les produits inclusifs ?

## Question 3

**Que recommanderiez-vous aux autorités de surveillance pour qu'elles adoptent une approche équilibrée facilitant l'innovation du secteur d'activité, tout en garantissant la protection des consommateurs ?**

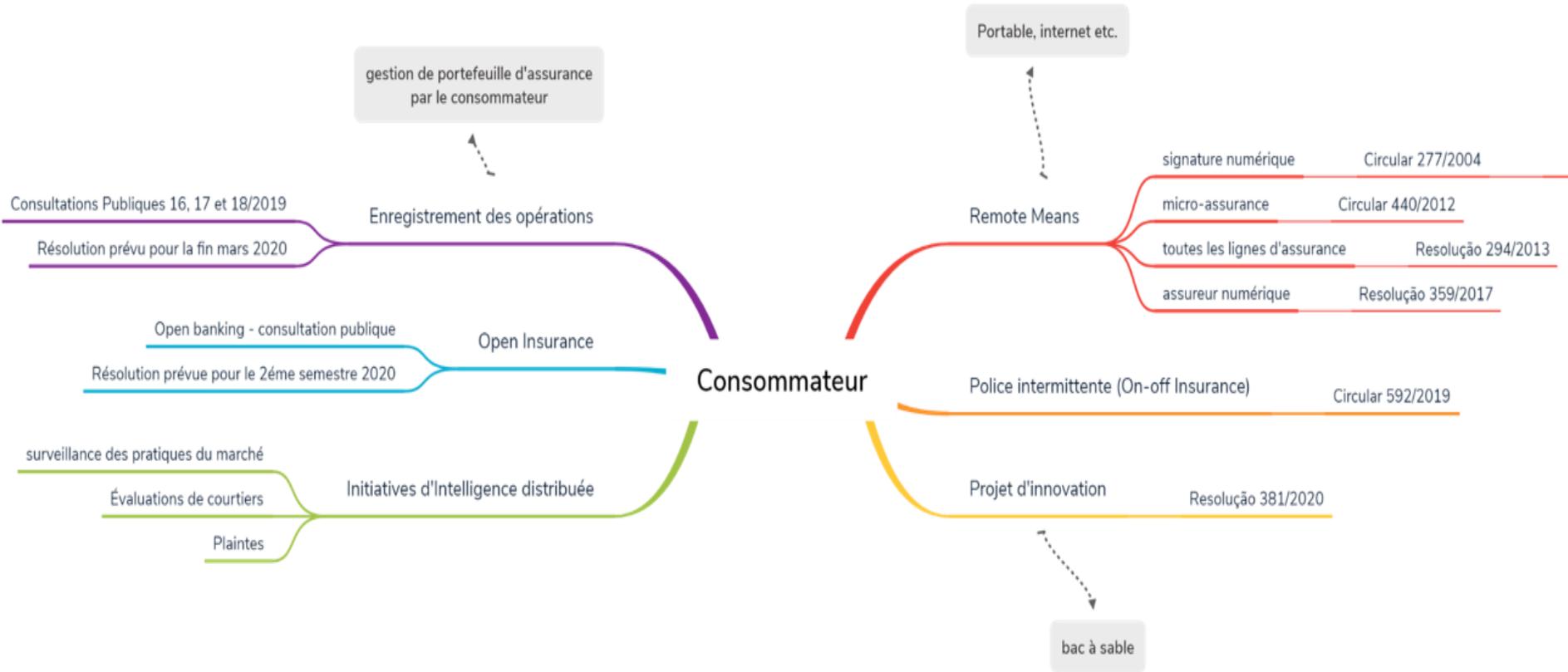
# Messages clés de la conférence

- Autoriser la divulgation d'informations dans des formats multiples autres que papier
- Autoriser le recours aux signatures et aux polices électroniques dans les contrats d'assurance
- Cadres spécifiques aux modèles d'entreprise, par exemple le cadre réglementaire sur la conduite du marché de l'assurance mobile
- Coordination avec d'autres autorités de régulation

# Messages clés : Le rôle des autorités de surveillance

Les autorités de surveillance ont la capacité d'encourager le développement responsable de la numérisation du cycle de vie des produits d'assurance en adoptant les approches réglementaires et de surveillance suivantes (les exemples sont donnés à titre indicatif) :

- Autoriser la divulgation de renseignements/les avertissements en plusieurs formats, autres que le papier, en veillant à ce que ces outils aient l'impact escompté : les consommateurs comprennent et donnent leur consentement en connaissance de cause
- Autoriser l'usage des signatures électroniques, des polices électroniques et des paiements électroniques, en veillant bien à ce que les risques inhérents soient adéquatement gérés (risques de fraude, vol de données, accès non autorisé, détournement de fonds, pannes, etc.)
- Autoriser l'utilisation de plateformes et de dispositifs technologiques, en veillant à ce que les protocoles adéquats de gestion des données des consommateurs soient appliqués
- Autoriser les modèles commerciaux innovants et les canaux de distribution alternatifs, en veillant à ce qu'ils soient fiables, adaptés, transparents et formés selon les services fournis et à ce que les assureurs soient, en bout de ligne, responsables.
- Assurer un suivi constant de l'impact des innovations dans les espaces confinés
- Implication et collaboration constantes avec les parties concernées
- Collaboration avec les autres contrôleurs

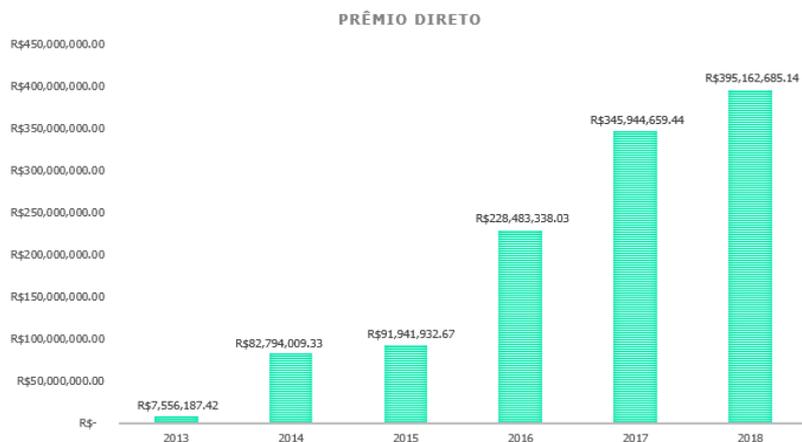


Liens:

- [Circular Susep n° 277/2004](#)
- [Circular Susep n° 440/2012](#)
- [Resolução CNSP n° 294/2013](#)
- [Resolução CNSP 359/2019](#)
- [Circular Susep 592/2019](#)

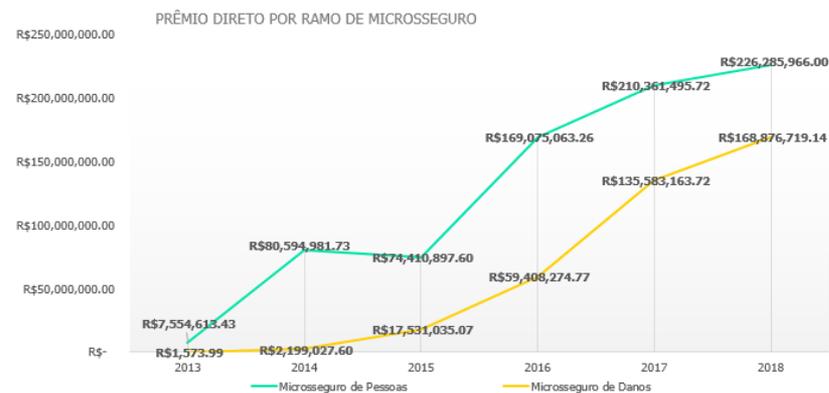
- [Resolução CNSP 381/2020](#)
- [Consulta Pública 16/2019](#)
- [Consulta Pública 17/2019](#)
- [Consulta Pública 18/2019](#)

## ▪ Evolução da Arrecadação dos Prêmios



Fonte: Sistema de Estatísticas da Susep (SES-SUSEP)

## ▪ Evolução dos Prêmios por Ramo



Fonte: Sistema de Estatísticas da Susep (SES-SUSEP)

# Rapports et Publications

- IAIS et A2ii:
  - [Issues Paper on Increasing Digitalisation in Insurance and its Potential Impact on Consumer Outcomes](#)
  - [Application Paper on the Use of Digital Technology in Inclusive Insurance](#)
  - [Issues Paper on Conduct of Business in Inclusive Insurance](#)
  - [InsurTech – Rising to the Regulatory Challenge | A summary of IAIS-A2ii-MIN Consultative Forums 2018 for Asia, Africa and Latin America](#)
  - [Regulating Mobile Insurance - Insurance business via mobile phones: regulatory challenges and emerging approaches](#)
- Consultation Call Reports:
  - [Regulating InsurTech: Role of the regulator in managing data risks and protecting consumers](#)
  - [Innovation Hubs and Accelerators](#)
  - [Supervising InsurTech](#)
  - [Supervisory Responses to Consumer Risks in Mobile Insurance](#)

# Merci

Andrea Camargo  
[andrea.camargo@a2ii.org](mailto:andrea.camargo@a2ii.org)

Suivez-nous sur Twitter @a2ii\_org, Youtube et LinkedIn

Implementation Partner:



Supported by:



Ministry of Foreign Affairs of the  
Netherlands

Hosted by:

