



Rapport de la Conférence sur l'Assurance Mobile 2017

Avril 2017

Supporté par:



par Catherine Denoon-Stevens and Christine Hougaard (Cenfri)
Supporté par Stefanie Zinsmeyer (A2ii Secretariat)

En février 2017, l'Association Internationale des Contrôleurs d'Assurance (AICA), l'Initiative pour l'Accès à l'Assurance (IAA) et la Conférence Interafricaine sur les Marchés d'Assurance (CIMA) ont tenu la première Conférence sur l'assurance mobile (assurance-M) à Douala, au Cameroun. Elle a été soutenue par BMZ, DGIS, Financial Sector Deepening Africa (FSD Africa), UK Aid et la Fondation RE Munich.

La conférence a réuni une centaine de participants de 26 pays du continent africain pendant deux jours d'intenses discussions. Elle portait sur les voies et moyens de surmonter les obstacles et saisir les opportunités d'utilisation des technologies mobiles pour améliorer l'accès à l'assurance des populations à faible revenu. Les représentants des organismes de réglementation des assurances, des télécommunications et des systèmes de paiement, de même que les assureurs, les opérateurs de réseaux mobiles, les fournisseurs de services techniques et les organisations de développement ont activement pris en compte les rôles, activités, dispositions réglementaires actuelles et les besoins réglementaires futurs en matière d'assurance mobile ainsi que dans l'innovation et l'utilisation plus largement de la technologie numérique.

Messages clés de la conférence:

L'Assurance Mobile (Assurance-M) fut un moteur important dans l'augmentation de la pénétration d'assurance de détail dans les régions où l'absorption de l'assurance est très faible. D'une manière plus générale, la technologie numérique a modifié la configuration de l'assurance en ouvrant la voie à de nouveaux acteurs et à des modèles commerciaux susceptibles d'accroître rapidement le niveau de couverture tout en améliorant l'efficacité et en réduisant les coûts tout au long du cycle de vie du produit.

Pour faciliter l'innovation, il est essentiel de créer la flexibilité dans la réglementation. Cela vaut non seulement pour l'assurance mobile, mais des grandes mesures sont prises dans l'application de la technologie en vue d'améliorer l'inclusion. Mais les superviseurs d'assurance doivent trouver un équilibre entre les objectifs de développement de marché et leur mandat principal de protection des consommateurs.

Comment atteindre cet équilibre?

Les ateliers de la conférence ont permis de savoir que beaucoup de questions restent encore à résoudre dans ce sens.

Trois thèmes principaux ont émergé des discussions:

- * L'avènement de la technologie a introduit une gamme de nouveaux acteurs, notamment les fournisseurs de services techniques, et la question est de savoir comment intégrer efficacement ces nouveaux acteurs tout en maintenant l'expérience positive du consommateur.
- * L'Assurance-M implique de nombreux lois, règlements et autorités qui s'étendent au-delà du secteur de l'assurance, comme par exemple les systèmes de paiement et les télécommunications. Ce chevauchement crée un besoin de coopération, dont les modèles sont encore nouveaux et croissants.
- * Le modèle commercial de l'Assurance-M se développe rapidement et continue d'évoluer. Ce développement a laissé des questions ouvertes sur la manière et le moment d'aborder des aspects tels que l'utilisation des crédits de recharge pour les paiements, l'utilisation appropriée des données des consommateurs, la régulation des nouvelles institutions dans la chaîne de valeur et les aspects déterminants du modèle d'activité dans la réglementation.

¹ La CIMA est l'organisme de régulation de l'assurance en Afrique de l'Ouest et en Afrique Central – Il est composé des pays francophones suivants Benin, Burkina Faso, Cameroun, République Centrafricaine, Congo, Côte d'Ivoire, Gabon, Guinée-Bissau, Guinée Equatoriale, Mali, Niger, Sénégal, Tchad, Togo – Son objectif est de parvenir à l'établissement d'un marché unique d'assurance.

L'Assurance-M et au-delà: une idée révolutionnaire changeur de donnees

L'assurance est inaccessible pour la majorité de personnes en Afrique subsaharienne.

Ncharé, Secrétaire général de la CIMA, a souligné dans son discours d'ouverture que "la pénétration de l'assurance tourne autour de 1% dans les 15 pays francophones de la région". La pénétration moyenne pour l'Afrique subsaharienne est inférieure à 3% du PIB (EY, 2016). Dans un continent qui détient 75% des pays les plus pauvres du monde, il est essentiel que les consommateurs vulnérables aient accès à des outils qui les protègent contre les chocs de revenus. La triste réalité est que ce n'est pas le cas.

L'Assurance-M gagne de nombreux nouveaux clients.

Les rencontres régionales antérieures ont souligné l'importance d'une distribution alternative pour accroître la portée de l'assurance. Les téléphones mobiles sont de plus en plus considérés comme la réponse. Au cours de la période allant de 2011 à 2014, les primes brutes de la micro-assurance ont augmenté de 63% en Afrique subsaharienne, soit un peu plus de la moitié de celles empochées grâce aux canaux de grande consommation. Un élément clé de cette utilisation est une assurance dont les ventes, l'administration et le paiement sont facilités par un opérateur de réseau mobile - communément appelé "Assurance-M". Une récente étude de GSMA indique qu'il y a 120 services d'assurance-vie en direct dans 33 marchés émergents (GSMA, 2016). L'assurance-M a débuté principalement comme produit de fidélité, payé par l'ORM pour récompenser la fidélité à ses services mobiles sous-jacents. Il a depuis évolué à un modèle appelé «freemium» où le produit de fidélité initialement gratuit est alors vendu à une version payante qui comprend une meilleure couverture ou lorsque la version payante est directement vendue dès le départ. Il est démontré que les nouveaux modèles tendent vers le dernier modèle (GSMA, 2016). Cette évolution fut accompagnée d'une gamme élargie de couverture au-delà des produits d'assurance vie et accident qui figurent habituellement dans le modèle de fidélité.

² Sans compter les exceptions comme l'Afrique du Sud avec 14% Source: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-insurance-opportunities-sub-saharan-africa/\\$FILE/ey-insurance-opportunities-sub-saharan-africa.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-insurance-opportunities-sub-saharan-africa/$FILE/ey-insurance-opportunities-sub-saharan-africa.pdf)

³ Notamment, les sessions d'apprentissage de Microassurance de la CIMA 2014 (see: http://www.munichre-foundation.org/home/Microinsurance/Learning_Sessions/2014-CIMA.html), La Fondation Munich Re 12th Conference Internationale de la Microassurance (http://www.munichre-foundation.org/home/Microinsurance/common/Microinsurance_Archive/2016IMC.html), the A2ii-CIMA Mobile Insurance Workshop of 2016 (see: <https://a2ii.org/en/event/cima-a2ii-workshop-mobile-insurance-regulation> and <https://a2ii.org/en/event/cima-a2ii-workshop-mobile-insurance-regulation>) and the A2ii-IAIS-CGAP Symposium In Washington, December 2014 (see the subsequent publication: https://a2ii.org/sites/default/files/field/uploads/lessons_from_a_decade_of_microinsurance_regulation_a2ii_nov_2016.pdf).

⁴ Cette définition est tirée de Leach & Ncube (2015). GSMA (2015) définit l'assurance mobile comme "L'utilisation de téléphonie mobile pour finir des services d'assurance aux moins desservis".

Qui tire les ficelles dans l'Assurance-M?

01

L'Assurance-M implique généralement trois acteurs principaux: les compagnies d'assurance, l'opérateur de réseau mobile (ORM) et le fournisseur de services techniques (FST) (Wiedmaier-Pfister & Leach, 2015). Ces trois acteurs s'engagent dans un partenariat pour tirer profit de la commercialisation, de l'acquisition de clients et des paiements de primes via une marque établie. L'une des parties peut initier ou diriger le partenariat et la composition des rôles peut varier avec le temps. Dans de nombreux cas, c'est le FST qui lance le partenariat et exécute une grande partie de la livraison qui en résulte. La possession de la base de clientèle par l'ORM lui confère généralement une forte position dans les négociations de partenariat, l'assureur dans de nombreux cas jouant un rôle de support. Ces rôles et positions de force relatifs ne sont cependant pas statiques.

Généralement, on peut distinguer le type d'accord de partenariat en comprenant le modèle d'entreprise qui s'applique (A2ii, 2017):

- Dans le **modèle d'entreprise axé sur l'assureur**, l'assureur prend la tête du partenariat en menant le développement du produit et en supervisant la stratégie commerciale globale. L'ORM joue un rôle passif, où il fournit une infrastructure et des données d'ORM, parfois supportées par le MMP. Le rôle de l'ORM ou du MMP est généralement limité au marketing, en facilitant la déduction du crédit de recharge, la monnaie mobile ou les paiements en espèces.
- Dans le **modèle d'affaires axé sur FST**, le FST prend l'initiative, en ce sens qu'il lance le dialogue avec le superviseur de l'assurance, s'approche de l'ORM et sélectionne un assureur, identifie le marché cible et le profil du client, développe le produit et dirige la formation du partenariat. Le FST généralement "comble les lacunes" en fournissant une expertise et un support si nécessaire (y compris le développement de la plateforme, le traitement des services d'appui).
- Dans le **modèle d'affaires axé sur les MNO**, l'ORM déclenche l'initiative. L'ORM - généralement avec l'implication d'un FST - fournit à l'assureur sa clientèle, enrôle les clients et fournit les mécanismes de paiement. Dans tous les modèles, l'ORM offre une force de marque considérable pour stimuler la prise en charge de l'assurance afin de générer des revenus directs et / ou des avantages adjacents tels que l'augmentation du revenu moyen par utilisateur (ARPU), la réduction du taux de désabonnement et l'amélioration de leur marques. Dans l'approche de fidélisation, l'ORM paie des primes pour le compte de ses clients qui peuvent s'inscrire gratuitement pour une couverture de base.

Source: (A2ii, 2017), (Leach & Kachingwe, 2015)

L'impact de la technologie numérique s'étend au-delà de l'Assurance-M.

L'assurance-M est importante, mais elle n'est pas la seule manière dont la technologie transforme une assurance inclusive. Comme l'a souligné Doubell Chamberlain du Cenfri, lors de son discours d'ouverture, l'assurance de technologie ou "insurtech" est de plus en plus considérée comme la réponse à de nombreux défis de livraison d'assurance classiques⁵. Elle modifie le paysage de l'assurance en introduisant de nouveaux acteurs, produits et modèles commerciaux, en réorganisant simplement les processus existants et en introduisant des plates-formes à moindre coût tout au long du cycle de vie des produits d'assurance. Cet ajustement dans les affaires rend possible l'accès aux consommateurs à faible revenu. Comme le montre la figure 1 ci-dessous, un large éventail d'initiatives en matière d'assurance existe déjà dans les pays émergents. Leurs services se concentrent principalement sur l'augmentation de l'accès à l'assurance à moindre coût et permettent de vaincre les problèmes liés aux asymétries d'information.

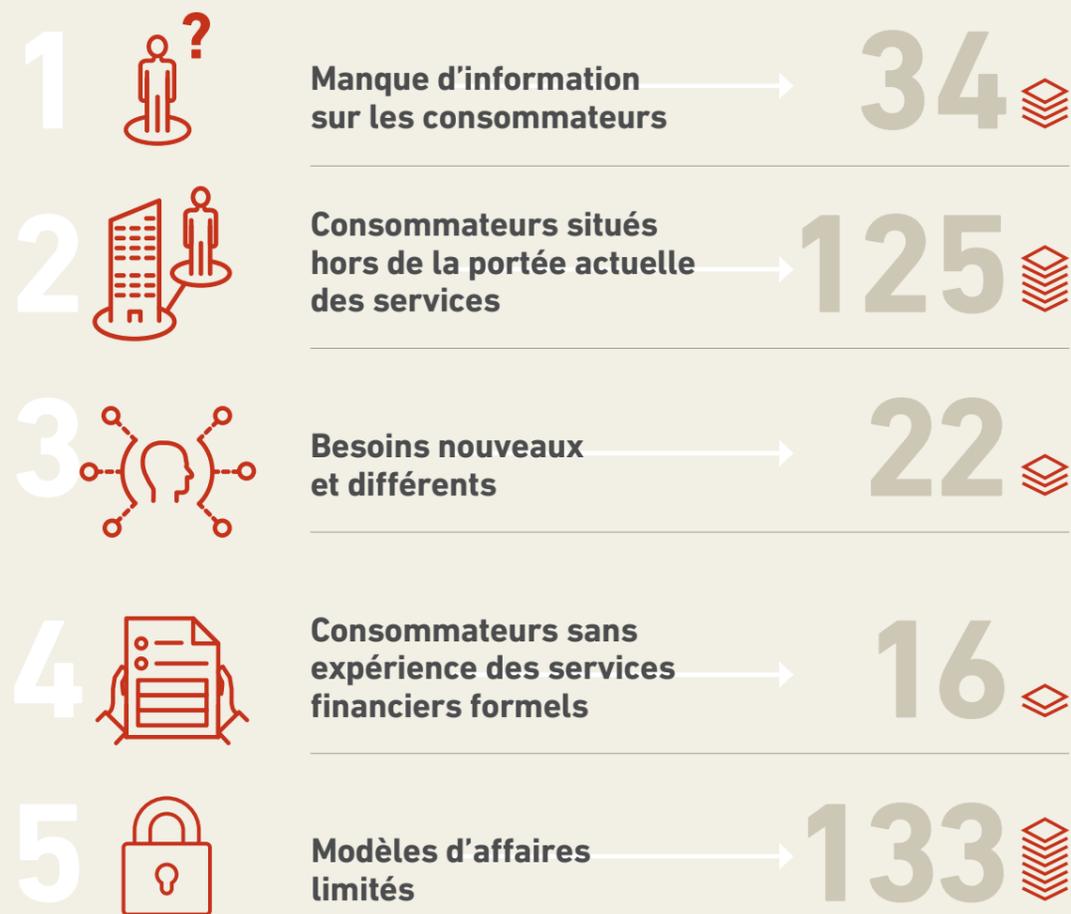
Sans l'assurance l'individu et le ménage ont moins d'habileté à se protéger des risques hasardeux.

Alamine Ousmane Mey, Ministre des Finances du Cameroun

⁵ Plus d'information a: https://a2ii.org/sites/default/files/events/1_opening_ceremony.zip

L'Assurance-M et au-delà: une idée révolutionnaire changeur de donnees

Comme le montre la **figure 1** ci-dessous, un large éventail d'initiatives en matière d'assurance existe déjà dans les pays émergents. Leurs services se concentrent principalement sur l'augmentation de l'accès à l'assurance à moindre coût et permettent de vaincre les problèmes liés aux asymétries d'information.



Nombre d'initiatives de micro-assurance rencontrant les difficultés mentionnées. Note : un même système peut être pris en compte plusieurs fois.

Figure 1: **InsurTech ou comment relever les défis de la micro-assurance dans le monde émergent.**
Source: Smit et al (2017)⁶

Juste une meilleure affaire comme d'habitude, ou une idée révolutionnaire?

Ce qui n'est pas encore évident, c'est l'utilisation de cette technologie pour concevoir des modèles qui vont au-delà de la numérisation du statu quo actuel en matière d'assurance pour répondre à un éventail plus large de besoins de manière centrée sur le consommateur. Peter Wrede de la Banque mondiale, a souligné que les bases de cette innovation se produisent, avec l'avènement de concepts tels que l'assurance pair à pair, Bloc-chaîne, la contractualisation intelligente, l'assurance à la demande, les courtiers numériques, l'analyse intelligente et l'apprentissage par la machine⁷. La question demeure: comment ces technologies transformeront-elles l'assurance dans le monde émergent?

Un nouvel ensemble de considérations réglementaires.

Comme pour tout modèle commercial innovant, la montée en puissance de l'Assurance-M et d'insurtech ont introduit différentes dynamiques pour les superviseurs à prendre en considération pour s'assurer que le développement du marché se déroule de manière à protéger les consommateurs. Le potentiel d'échelle et la gamme de nouveaux acteurs en jeu, dont beaucoup ne sont pas les acteurs traditionnels de la chaîne de valeur de l'assurance, préoccupent de plus en plus les superviseurs.

Comme pour tout modèle commercial innovant, la montée en puissance de l'Assurance-M et d'insurtech ont introduit différentes dynamiques pour les superviseurs à prendre en considération pour s'assurer que le développement du marché se déroule de manière à protéger les consommateurs.



⁶ L'étude peut être retrouvée à: <http://cenfri.org/microinsurance/the-role-of-insurtech-in-microinsurance>

⁷ Plus d'information à: https://a2ii.org/sites/default/files/events/7_parallel_break_out_sessions_facilitating_innovation.zip

Considérations clés pour les régulateurs et superviseurs

La conférence a relevé une série de questions portant sur l'Assurance-M et autres innovations technologiques auxquelles les régulateurs et les superviseurs se sont attaqués. Les principales sont les dynamiques de partenariat au cœur de l'Assurance-M, la conduite du marché et les implications prudentielles des modèles d'entreprise et leur impact sur les consommateurs.

Partenariats multidisciplinaires.

La dynamique de partenariat indique que l'Assurance-M est multidisciplinaire, avec un pouvoir de négociation inégal. L'encadré 1 ci-dessus présente trois acteurs clés du modèle: la compagnie d'assurance, le fournisseur de services techniques et l'ORM. Bien que l'assureur porte le risque, la balance des pouvoirs tend en faveur de l'ORM en tant que propriétaire de la clientèle et de la marque que les assureurs et les FST souhaitent exploiter - une base de clientèle très importante compte tenu des structures de marché oligopolistiques qui caractérisent souvent l'industrie des ORM. Le FST, d'autre part, prend la direction technique d'éléments tels que le marketing, l'enregistrement des clients, les plaintes et la gestion des sinistres. Comme l'ont remarqué Michael Kofi Andoh, Commission Nationale des Assurances (CNA) du Ghana, «la micro-assurance appartient au canal de distribution». De toute évidence, ces partenaires ne sont pas de simples agents d'assurance ou des courtiers. Comment devraient-ils être réglementés et supervisés du point de vue de l'assurance?

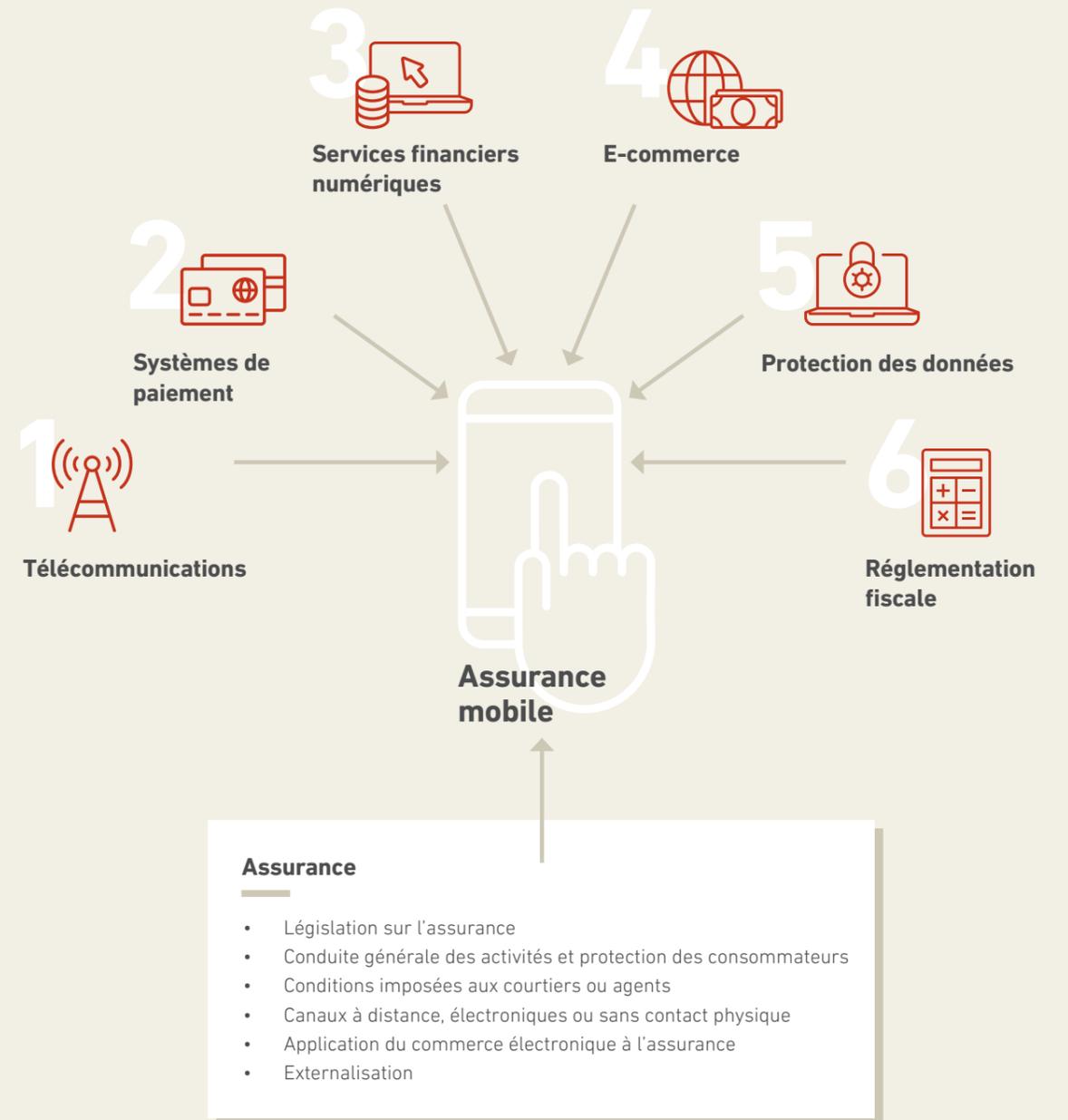
Impératifs pour la coordination réglementaire.

Avec la coopération entre une gamme d'acteurs, surgit le besoin de coordination entre les autorités réglementaires multiples. L'Assurance-M touche tous les régimes énumérés à la figure 2 ci-dessous. Une récente étude de l'Initiative pour l'accès à l'assurance sur les mesures d'encadrement de l'Assurance-M dans 26 juridictions conclut qu'aucune approche réglementaire concertée n'est encore en place (A2ii, 2017) - c'est un modèle de partenariat réglementaire en évolution.

Une variété de risques à considérer.

Les risques liés à la protection des consommateurs découlant de l'assurance-M peuvent être regroupés en deux catégories: la conduite du marché et les risques prudentiels. Le premier fait référence au risque lié aux activités d'assurance menées de manière à ne pas assurer un traitement équitable des consommateurs, le dernier aux risques liés à la solidité financière de l'assureur (AICA, 2015). L'encadré 2 ci-dessous présente une répartition de ces risques. Les risques liés au marché étaient au premier plan des préoccupations exprimées par les régulateurs au cours de la conférence. Stefanie Zinsmeyer, IAA, a souligné que les principales raisons sont liées au fait que les canaux numériques entraînent un passage au contact indirect avec les clients, le fort pouvoir de négociation des ORM et le haut niveau de sous-traitance par les assureurs. Ces risques étaient également au cœur des discussions de l'industrie. Les acteurs de l'industrie ont intérêt à ce que l'expérience du consommateur soit positive pour assurer la persistance et une bonne perception de leur offre de services.

Figure 2: Domaines Régulateurs ayant un impact sur l'assurance-M
Source: A2ii (2017)



Considérations clés pour les régulateurs et superviseurs

Les risques de l'assurance-M que doivent considérer les superviseurs

02

Une analyse des principales considérations réglementaires pour l'assurance-M a mis en évidence les risques suivants (A2ii, 2017):

Risques prudentiels:

- * **Risque technique ou risque d'assurance (inclus le risque de souscription).** Différents types de risques associés aux bases de calcul techniques ou actuarielles pour les primes et provisions techniques, ainsi que les risques associés aux charges d'exploitation et à la croissance excessive ou non coordonnée.
- * **Risque opérationnel.** Le risque découlant de l'insuffisance ou de l'échec des systèmes internes, du personnel, des procédures ou des contrôles conduisant à des pertes financières.
- * **Risque légal ou réglementaire (ou risque de conformité).** Le risque découlant de la non-conformité en raison d'une modification ou d'une incertitude en droit et en réglementation entraînant des pertes financières.
- * **Risque d'impartition/de sous-traitance.** Risque découlant de la sous-traitance, c'est-à-dire un arrangement entre un assureur et un fournisseur de services pour que ce dernier exécute un processus, un service ou une activité qui serait autrement exécuté par l'assureur lui-même.

Risques liés au marché:

- * **Risque de vente.** Le risque découlant du vendeur ou du canal de vente falsifiant ou vendant des produits inappropriés au client.
- * **Risque d'agrégateur.** Risque de réduction de valeur de la clientèle et produits inappropriés vendus aux clients lorsqu'un assureur accède à la clientèle agrégée d'une tierce non-assurance pour vendre ses produits à travers cette chaîne.
- * **Risque lié à la sensibilisation des titulaires de police.** L'assuré ne sait pas que la couverture existe, ne comprend pas les conditions de couverture ou les processus connexes et n'est donc pas en mesure d'informer le bénéficiaire ou de faire une réclamation si l'événement lié au risque se produit.
- * **Risque de paiement.** Risque que la prime n'atteigne pas l'assureur, que la prime ne soit pas versée à la date d'échéance ou que le coût de la perception de la prime soit disproportionné.
- * **Risque après-vente.** Risque que les clients se heurtent à des obstacles déraisonnables après la vente pour conserver leur couverture, changer de produits, faire des demandes de renseignements, soumettre des réclamations, recevoir des prestations ou se plaindre.
- * **Risque de données et de technologie.** Risque lié aux pannes ou perturbations de la plateforme mobile / technologique utilisée pour vendre, distribuer et administrer le produit d'assurance-M.

Un risque supplémentaire a été introduit lors de la conférence, à savoir **le risque de valeur client.** C'est le risque que le produit ne fournisse pas de la valeur au client ou ne soit pas adapté aux besoins du client.

Source: A2ii, ...; Leach, Kachingwe, 2015

Comprendre l'expérience client, comprendre l'impact des risques.

L'expérience du client est la mesure ultime de l'impact des risques de conduite du marché. Les discussions ont souligné que, pour que les consommateurs s'impliquent correctement dans la protection contre les abus du marché et jouissent pleinement de la valeur d'un produit, ils doivent non seulement connaître les détails du produit, mais aussi les comprendre. Par exemple, des recherches récentes en Tanzanie menées par l'Autorité Tanzanienne de Réglementation des Assurances (ATRA), CGAP et le Busara Center for Behavioral Economics pour comprendre l'expérience du consommateur avec l'assurance-M ont montré que les consommateurs savaient qu'ils avaient une assurance (l'épreuve de sensibilisation). Ils pouvaient également se rappeler les détails de l'inscription et du paiement. Cependant, un seul sur quatre pouvait se souvenir de comment utiliser le service, c'est-à-dire comment remplir une demande. L'évaluation mystère a montré que le processus d'inscription comprenait peu ou pas de divulgation concernant les procédures de règlement des sinistres, les exemptions et les termes et conditions du produit.⁸

Autres questions clés.

La conférence a relevé un certain nombre de questions d'actualité liées aux différents composants du modèle d'entreprise, notamment:

- * **Recharge pour le paiement de prime:** Un certain nombre de modèles d'assurance-M se base sur la déduction de crédit de recharge pour le paiement, parfois comme seul moyen de paiement. L'acceptation de la monnaie virtuelle, en particulier le crédit de recharge, a été considérée comme nécessaire pour l'établissement du marché, mais ajoute au coût effectif de l'assurance pour le consommateur - une situation qui est exacerbée lorsque la taxe est perçue sur le crédit de recharge. Comme l'a noté la Fondation Munich Re, le fait que le crédit de recharge puisse être utilisé comme paiement de prime doit être pris en compte par les superviseurs des assurances et les superviseurs des paiements.⁹
- * **Protection des données:** le passage au commerce électronique signifie que plus de données sur les consommateurs sont stockées en ligne et passent entre les mains des membres de la chaîne de valeur d'assurance. Cela soulève des inquiétudes quant à la confidentialité des données pour les consommateurs. En outre, le fait qu'une grande partie de ces données se trouve au sein de l'ORM soulève la question de qui contrôlera les données des consommateurs et comment ces données seront utilisées.

- * **Rémunération équitable:** Deux des trois principaux partenaires de l'assurance-M sont des acteurs qui ne correspondent pas aux types d'intermédiaires ou d'agents traditionnels, à savoir les ORM et les FSTs. Richard Leftley de MicroEnsure, a souligné que l'appartenance de la base clientèle à l'ORM donne lieu à une dynamique de pouvoir différente dans la négociation des structures tarifaires (au niveau du partenariat plutôt qu'uniquement en tant que fournisseur de services de distribution) par rapport aux exigences réglementaires liées aux commissions conventionnelles. Deuxièmement, les FSTs ne jouent pas seulement un rôle d'intermédiaire traditionnel, qui est surtout bien défini dans la réglementation, mais de nombreux rôles administratifs et opérationnels supplémentaires qui ne sont pas encore définis dans la réglementation. Comment structurer les commissions pour tenir compte de ces nouvelles dynamiques?

- * **Numérisation de la chaîne de valeur:** le marché de l'assurance-M transfère une grande partie de la chaîne de valeur de l'assurance dans le monde numérique. Il a été fortement souligné que, pour parvenir à un modèle d'assurance-M vraiment efficace, une numérisation complète de la chaîne de valeur devrait être rendue possible. Un exemple de ce type est de favoriser les contrats électroniques. Beaucoup de juridictions réglementaires exigent encore des signatures sur papier pour autoriser un contrat, ce qui nécessite un modèle numérique large dans la création d'une longue chaîne de valeur afin de supporter cette fonction.

⁸ Plus d'informations a: https://a2ii.org/sites/default/files/events/2_roundtable_consumer_perspective.zip

⁹ Plus d'informations at: http://www.munichre-foundation.org/home/Microinsurance/Learning_Sessions/2017-IAISa2iiCIMA-MobileInsurance.html

La réponse réglementaire: travailler en première ligne

Comment les régulateurs et les superviseurs répondent-ils à ces questions et à ces risques? Que peuvent-ils apprendre de leurs pairs? Les discussions de la conférence ont permis de relever les points suivants:

Flexibilité pour être à la hauteur de l'innovation.

Les régulateurs qui s'occupent de l'assurance-M ont appris qu'un modèle commercial en évolution nécessite une flexibilité et une communication proactive avec le marché pour permettre l'innovation tout en protégeant des risques systémiques. Comme l'a souligné Danielle Treharne de Bima, il y a souvent une inadéquation entre la vitesse de l'innovation et celle des changements réglementaires. Les exemples partagés par les participants à la conférence illustrent comment la vitesse des ajustements liés à la réglementation diffère selon les pays. Dans les pays de droit commun (tels que la Tanzanie, par exemple), le régulateur peut évaluer les demandes d'ajustement au traitement réglementaire au cas par cas - dans les paramètres fixés par la législation - et répondre aux changements du marché. Dans les systèmes de droit civil, par contre (comme la CIMA et l'Égypte), toutes les dispositions sont dictées par ce qui est approuvé dans la législation, ce qui signifie qu'il faut beaucoup de temps pour mettre en œuvre des modifications au système.

Comprendre les modèles commerciaux.

Pour bien réguler dans un environnement en évolution, il faut comprendre les fondamentaux du modèle commercial. Il a été souligné dans plusieurs sessions que cela ne signifie pas seulement comprendre le produit de l'assurance-M en lui-même, mais aussi les accords de niveau de service ou les règles pour les partenaires fournissant le produit. Un exemple de raison pour laquelle cela est important repose sur la question des structures de commissions explorées ci-dessus. Une grande partie de la livraison de l'assurance-M est externalisée de l'assureur au FST et à l'ORM. Sans comprendre les opérations fondamentales et la division des rôles, la structure de compensation résultante pourrait sembler trop élevée par rapport aux charges des intermédiaires traditionnels. Certains régulateurs, comme le Kenya et le Ghana, répondent en exigeant des accords de niveau de service dans le cadre d'une soumission d'approbation de produit. Dans les cas où les produits sont approuvés comme une exemption, les superviseurs d'assurance sont conscients de l'existence des produits et sont capables de surveiller les développements.

Surveillance des tendances du marché.

Stefanie Zinsmeyer, IAA, a souligné lors d'un récent sondage sur les approches d'assurance-M que très peu de superviseurs collectent activement des données sur leurs marchés d'assurance mobile. Cela signifie que les superviseurs d'assurance ne prennent souvent conscience des problèmes qu'après leur apparition. En plus de surveiller les détails du produit ou les ratios de réclamation, Richard Leftley de MicroEnsure, a noté que les superviseurs devraient comprendre l'expérience du consommateur pour réguler un produit qui fournit de la valeur. L'expérience partagée par la Commission Nationale des Assurances (CNA) du Ghana illustre l'importance de suivre les tendances du marché et de comprendre les modèles commerciaux et les risques (voir Encadré 3 pour plus de détails).¹⁰

L'approche du Ghana en matière de réglementation de l'assurance-M

Le Ghana est un pionnier de la micro-assurance en Afrique subsaharienne. 60% de ce marché est desservi par l'assurance-M. Leur approche en matière de réglementation de l'assurance-M comprend:

- * **Soumission du produit:** des informations supplémentaires sont nécessaires au stade de l'approbation du produit (plus que pour les autres produits), y compris les accords de niveau de service entre les partenaires, les arrangements de distribution et de marque et le processus de règlement des différends (y compris la manière dont la prestation ininterrompue des services aux consommateurs sera maintenue). L'information est également fournie sur les ratios de sinistres attendus, les ratios de dépenses attendus et la répartition de la prime entre l'assureur, le FST et l'ORM.
- * **Les ORM sont autorisés comme agents corporatifs:** Un ORM est seulement autorisé à représenter un assureur dans une seule ligne de produits. Cette approche est à l'étude.
- * **Les licences sont concentrées sur les activités réglementées plutôt que sur les acteurs:** les FSTs ne sont pas explicitement prévus dans la législation, mais correspondent à la catégorie réglementaire de l'agent corporatif. En reconnaissance du rôle élargi qu'ils jouent, aucun plafond de commission n'est appliqué. L'approche consiste donc à surveiller les fonctions, quelle que soit l'entité spécifique qui remplit ces fonctions.
- * **La performance des produits est mesurée à l'aide des KPI:** les données de marché sont reconnues comme vitales pour une supervision efficace. Les principaux indicateurs de performance (KPI) sont mesurés sur des soumissions semestrielles et des enquêtes de marché sont utilisées pour de plus amples informations. Des mesures qualitatives, telles que la commercialisation d'un produit, la formation des agents de vente et la gestion des plaintes, sont également prises en considération.
- * **Règles de conduite du marché:** des règles de conduite du marché sont en place spécifiquement pour l'assurance. Elles couvrent: la portée des règles et des interdictions, l'approbation de la commission, les accords d'assurance mobile, les contrats d'assurance mobile, le résumé de la police d'assurance et le règlement des sinistres, ainsi que l'interprétation et la provision finale.
- * **Protocole d'accord avec les régulateurs des systèmes de télécommunications et de paiement en cours:** Un protocole d'accord est en cours de finalisation pour définir la relation entre les régulateurs de l'assurance-M et réduire les lacunes réglementaires.¹¹

Coopérer avec des attentes claires autour d'un mandat partagé.

Les participants ont souligné que la coopération réglementaire interdisciplinaire est particulièrement importante à un stade où le modèle grandit et les obstacles réglementaires pourraient entraver l'innovation. **Ils ont partagé trois leçons sur la manière de coopérer en pratique:**

- * La coopération est plus productive si les autorités partagent un engagement ou un mandat politique sous-jacent, comme par exemple une stratégie d'inclusion financière.
- * La clarté sur les rôles et responsabilités de chaque superviseur aide à «désencombrer» le paysage de supervision et à éliminer l'incertitude pour les acteurs. Le cadre du PIC suggère qu'un Protocole d'Accord (PA), en tant que document public sur la dynamique des relations convenues, peut être un bon outil à cet égard. Comme l'a déclaré l'Autorité de Régulation des Assurances (ARA) du Kenya: «Le superviseur de l'assurance doit jouer un rôle de premier plan dans l'élimination des obstacles», mais ce rôle doit être défini par rapport aux autres autorités de régulation.
- * La formation de groupes de travail de l'industrie fournit un mécanisme de communication ouverte et régulière entre les autorités réglementaires et l'industrie. Ces groupes de travail ont été mis en œuvre aux Philippines et au Kenya, par exemple, où ils ont été utilisés avec succès pour discuter du problème du développement du marché et permettre la rédaction de la réglementation. La même approche peut être utilisée pour la coordination entre les superviseurs principaux. La CIMA utilisera cette approche, ainsi que la signature de Protocoles d'Accords (PA), afin de définir les responsabilités relationnelles entre les principaux superviseurs - assurance, systèmes de paiement, télécommunications et protection des données.

Un cadre dédié - ou non.

Les sessions parallèles sur «Comment un cadre d'assurance mobile est-il érigé?» ont exploré comment aborder l'assurance-M dans la réglementation. Un résultat clé fut que la décision de la nécessité d'un cadre dédié dépend fortement du contexte du pays et de la capacité du cadre réglementaire actuel à tenir compte des fonctions de l'assurance-M. Par exemple, les FSTs peuvent ne pas correspondre à des catégories exactes et les autoriser à opérer peut nécessiter une mise à jour des définitions de catégorie d'activité existantes ou même une nouvelle définition. Les discussions ont ressorti que, dans les marchés en évolution rapide, toute définition devrait être suffisamment large pour soutenir l'application de la réglementation, mais aussi pour permettre de changer les rôles et les paysages du marché. Voir l'encadré 4 ci-dessous pour une exploration plus approfondie de ce sujet.

¹⁰. Plus d'informations a: https://a2ii.org/sites/default/files/events/5_parallel_break_out_sessions_practical_considerations_from_the_field.zip

¹¹. Plus d'informations disponibles a: https://a2ii.org/sites/default/files/events/5_parallel_break_out_sessions_practical_considerations_from_the_field.zip

La réponse réglementaire: travailler en première ligne

04 Un cadre dédié de l'assurance-M est-il nécessaire? Réflexions des discussions des pays

* Adapter les activités et les fonctions dans un cadre plus large: Afrique du Sud.

En vertu de l'approche réglementaire de l'Afrique du Sud, un cadre dédié à l'assurance-M n'est pas jugé nécessaire, car la réglementation actuelle tient compte de toutes les fonctions et aspects pertinents à l'assurance-M. Le règlement se concentre sur l'assureur qui détient la responsabilité principale. La distribution, le service et l'intermédiation des polices d'assurance sont réglementés au niveau de l'activité. Cela inclut les contrôles sur la manière dont les services sont externalisés. Par exemple, un assureur peut obliger un fournisseur de services financiers à exercer des fonctions d'administration des polices d'assurance et à prendre des décisions contraignantes au nom de l'assureur lorsqu'il interagit avec les assurés.

Développer un cadre dédié: CIMA.

Le développement d'un cadre réglementaire spécialisé est une priorité dans la région CIMA. La réglementation actuelle ne couvre pas toutes les questions pertinentes pour l'assurance-M et, par conséquent, une mise à jour réglementaire est nécessaire. La mise à jour ne redéfinira pas le cadre actuel, mais mettra l'accent sur les ajouts qui complètent la réglementation actuelle pour couvrir l'assurance-M et, plus généralement, l'E-assurance.¹²

Le cadre en cours d'élaboration comprendra ce qui suit:

- * Dispositions générales, telles que la définition de l'assurance-M et de l'assurance- électronique ainsi que les formats d'accord de partenariat.
- * Conditions d'octroi de licences pour l'émission et la gestion des contrats d'assurance électroniques.
- * Conditions particulières applicables aux assureurs qui délivrent des contrats d'assurance électroniques.
- * Dispositions relatives à la protection des assurés et des bénéficiaires de contrats d'assurance électroniques.
- * Supervision, contrôle et sanctions (y compris les exigences de déclaration).

Protéger les consommateurs grâce à des plans de communication et de liquidation proactifs.

D'un point de vue de la conduite du marché, réduire les lacunes en matière de communication et maintenir des canaux de requêtes ouvertes sont indispensables pour habiliter les consommateurs à réclamer et à se plaindre. Néanmoins, les modèles échouent parfois et les partenariats se dégradent. Jeremy Leach, de Inclusivity Solutions, a appris de ses expériences au Zimbabwe et en Tanzanie, des leçons sur la manière de gérer le risque de liquidation. Deux points clés ont émergé de ses expériences: le superviseur doit comprendre les modèles commerciaux d'assurance-M sur leur marché afin de gérer les éventuelles retombées qui peuvent survenir; ils doivent aussi définir une ligne claire pour une liquidation anticipée, à travers l'établissement de garanties et une communication claire avec les clients.

“
L'assurance est une promesse. Vous ne pouvez simplement pas la cesser le mois suivant.”

Michael Kofi Andoh, NIC Ghana

Perspectives futures

La conférence a abordé de nombreuses questions d'actualité dans la réglementation de l'assurance-M et a relevé de nouvelles considérations à la lumière de la vulgarisation de l'assurance numérique. C'est un paysage grandissant - qui nécessite une réactivité pour que l'innovation se produise et que les marchés se développent.

Comme l'ont souligné Hannah Grant, IAA, dans les remarques de clôture, il reste encore beaucoup de questions sans réponse. Celles-ci incluent:

- * **Quelle est la meilleure manière de superviser les FSTs?** Est-ce à travers des accords de sous-traitance ou faut-il incorporer en tant qu'intermédiaires? Si c'est le dernier cas, des éclaircissements sont nécessaires sur le niveau de fonctionnement de régulation dans ce rôle.
- * **Le crédit de recharge est-il un moyen de paiement acceptable?** Il fut nécessaire pour l'établissement du marché, mais augmenta la charge des coûts effectifs pour les consommateurs. Trouver l'équilibre entre ces deux alternatives n'est pas encore résolu.
- * **Comment définissons-nous avec précision l'assurance-M et est-ce nécessaire de le faire?** La même question concerne la régulation des technologies au-delà du mobile.
- * **Comment s'assurer qu'il n'y a pas de lacunes ou de duplication dans la réglementation d'un domaine qui touche à de multiples régimes de régulation?**

La résolution de ces problèmes et les nombreuses autres questions susceptibles de surgir à mesure que la technologie continue d'évoluer sera essentielle pour atteindre les objectifs d'assurance inclusifs. Comme l'a fait remarquer Luc Noubissi de la CIMA, qui présida le groupe de rédaction de l'AIXA sur la technologie numérique en assurance inclusive, l'AICA invite les superviseurs et les acteurs du marché à discuter activement ces questions et à susciter des changements positifs sur leurs marchés. Un document d'application de l'AICA est en cours d'élaboration pour fournir des informations supplémentaires sur les risques et les considérations soulevés par les technologies numériques selon leur pertinence dans les différents PIC. Issofa Ncharé, secrétaire général, de la CIMA a clôturé la conférence en soulignant que l'assurance-M offre une opportunité évidente pour le développement du marché de l'assurance et le défi à amener ce changement sera une longue route qui nécessite la coopération de tous les acteurs impliqués dans le processus.

¹² L'E-assurance dans ce contexte fait référence à "l'assurance électronique" et couvre l'assurance fournie à travers les moyens numériques. L'assurance-M entre dans cette définition.

Initiative Accès à l'Assurance
Hébergée par GIZ Secteur Système financier
Approches de l'assurance
Deutsche Gesellschaft für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5
65760 Eschborn, Allemagne

Téléphone : +49 61 96 79-1362
Fax : +49 61 96 79-80 1362
E-mail : secretariat@a2ii.org
Site : www.a2ii.org

L'Initiative est
un partenariat
entre



Hébergée par :

