



Fédération des Sociétés
d'Assurances de Droit National Africaines



Communication Panel II

THEME :

NOUVELLES EXIGENCES EN MATIÈRE DE SPÉCIALISATION, DE PROFESSIONNALISATION ET DE RÉMUNÉRATION

**4^{ème} édition du Forum des marchés de la FANAF, 8 et 9 Nov. 2018
(Cotonou/Bénin)**



Fédération des Sociétés
d'Assurances de Droit National Africaines

Plan de présentation



INTRODUCTION

Section 1: LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LA CHAINE DE DISTRIBUTION D'ASSURANCE

- A- Les règles de transparence
- B- La formation des ressources humaines

Section 2 : LES OBLIGATIONS REGLEMENTAIRES A LA CHARGE DES INTERMEDIAIRES

- A. La notion de devoir de conseil
- B. La forme du devoir de conseil

Section 3 : LES STRATEGIES DE MISE EN OEUVRE DES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE DISTRIBUTION DES PRODUITS D'ASSURANCE

- A. La bancassurance et la réglementation appropriée
- B. La digitalisation et la réglementation dans l'espace Fanaf

CONCLUSION

Introduction

L'activité principale d'une compagnie d'assurance est de produire des contrats d'assurance pour la couverture des risques bien déterminés. Les propositions d'assurance sont obtenues à travers divers canaux au nombre desquels les structures d'intermédiation. L'intermédiation s'entend en assurance ou en réassurance comme l'activité qui consiste à présenter, proposer ou aider à conclure des contrats d'assurance ou de réassurance ou à réaliser d'autres travaux préparatoires à leur conclusion.

Introduction

Le déroulement du thème s'articulera autour de trois sections à savoir :

- ❖ Les nouvelles exigences en matière de protection des consommateurs dans la chaîne de distribution des produits d'assurance ;
- ❖ Les obligations réglementaires à la charge des intermédiaires ;
- ❖ Les stratégies de mise en œuvre des nouvelles exigences en matière de distribution des produits d'assurance.

Section 1: LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LA CHAINE DE DISTRIBUTION D'ASSURANCE

A – Les règles de transparence:

1 – L'information du client:

☀ Une obligation pour assureurs et intermédiaires:

L'information, c'est un renseignement, une documentation sur quelque chose ou sur quelqu'un, portés à la connaissance d'une personne. En assurance, l'information désigne l'ensemble des renseignements ou des documents sur les produits d'assurance, destinés aux assurés ;

Section 1: LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LA CHAINE DE DISTRIBUTION D'ASSURANCE

A – Les règles de transparence:

1 – L'information du client:

☀ **Etendue de l'information:** elle regroupe l'ensemble des renseignements appropriés au sujet des produits d'assurance. Les assureurs et les intermédiaires doivent donner des informations appropriées et claires aux assurés sur les caractéristiques et la qualité des produits d'assurance, sur le taux de capitalisation en assurance vie et sur la rémunération des intermédiaires. La loi impose par ailleurs certains renseignements requis des assurés.

Section 1: LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LA CHAINE DE DISTRIBUTION D'ASSURANCE

A – Les règles de transparence:

2 – La prévention des conflits:

☀ **Définition d'un conflit d'intérêt:** La notion de conflit d'intérêts désigne généralement toute "situation avérée ou apparente de fait où un individu ou une entreprise doit gérer des liens d'intérêts qui s'opposent dont au moins l'un d'eux pourrait corrompre la motivation à agir sur les autres, ou au moins donner l'impression". Le conflit d'intérêts apparait donc en assurance lorsque les intérêts de l'assuré sont contrariés ou susceptibles de l'être.

Section 1: LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LA CHAINE DE DISTRIBUTION D'ASSURANCE

A – Les règles de transparence:

2 – La prévention des conflits:

☀ Prévention des conflits d'intérêt:

- **Identification** : Cartographie des conflits (dresser la carte des cas potentiels de conflits d'intérêt);
- **Catégorisation et listing** (faire ressortir les différents types de conflits: identifiés, non identifiés, et survenus_ les décrire, les analyser, les traiter et envisager les solutions idoines);
- **Formation du personnel** (attitude d'indépendance, mesures organisationnelles: règles et procédures)

Section 1: LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LA CHAINE DE DISTRIBUTION D'ASSURANCE

A – Les règles de transparence:

2 – La prévention des conflits:

☀ Prévention des conflits d'intérêt:

- **Mesures législatives** (FANAF: initier des règles sur la déclaration des rémunérations des intermédiaires et/ou de leur caractère licite. Envisager des dispositions visant à instaurer des obligations d'informations précontractuelles à l'égard des prospects et clients afin de permettre à ces derniers d'apprécier le degré d'autonomie de l'intermédiaire vis-à-vis de l'assureur)

Section 1: LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LA CHAINE DE DISTRIBUTION D'ASSURANCE

B – La formation des ressources humaines:

1 – Définition de la notion:

Le concept de « ressources humaines » désigne l'ensemble des personnes intervenant dans une compagnie d'assurance pour contribuer à son développement, à sa rentabilité et à son positionnement sur un marché donné.

- ☀ **But de la formation** : accroître ou perfectionner les connaissances et les compétences;
- ☀ L'avènement du numérique fait évoluer les comportements dans la société d'où la formation du capital humain pour s'adapter aux innovations technologiques en vue de l'employabilité des ressources humaines et de la pérennité des compagnies.

Section 1: LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LA CHAINE DE DISTRIBUTION D'ASSURANCE

B – La formation des ressources humaines:

2 – La spécialisation:

- ☀ La spécialisation consiste à: Acquérir, exploiter et optimiser des compétences spécifiques dans un secteur d'activités afin de faire face à des défis qui s'imposent;
- ☀ Elever le niveau de compétence et d'expertise des agents pour répondre aux exigences des innovations technologiques. La spécialisation est un avantage concurrentiel décisif nécessaire pour la survie des compagnies.

Section 1: LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS LA CHAINE DE DISTRIBUTION D'ASSURANCE

B – La formation des ressources humaines:

3 – La professionnalisation

- ☀ Processus de réorganisation d'un secteur d'activités pour faire face aux nouvelles exigences ;
- ☀ Nécessité pour les assureurs de renforcer la pratique professionnelle à travers l'expérimentation de nouvelles façons de travailler;
- ☀ L'interpellation de la FANAF, de l'IIA et des autres centres de formation de l'espace, pour le renforcement de leur programme académique sur les thématiques relatives aux nouvelles exigences de la profession d'assurance.

Section 2: LES OBLIGATIONS REGLEMENTAIRES A LA CHARGE DES INTERMEDIAIRES

A- La notion de devoir de conseil:

- ▶ L'obligation de conseil à la charge des intermédiaires est fondée en Occident sur des textes du droit commun qui font suite à une jurisprudence abondante (Confère les articles 1134, 1135, 1147 du Code Civil) ;
- ▶ L'établissement d'une relation de confiance sur la base de la transparence entre clients et intermédiaires motive le devoir de conseil ;
- ▶ L'absence de dispositions réglementaires suffisantes en la matière interpelle les législateurs de l'espace FANAF à repenser le devoir de conseil des intermédiaires à l'heure des mutations technologiques.

Section 2: LES OBLIGATIONS REGLEMENTAIRES A LA CHARGE DES INTERMEDIAIRES

B- La forme du devoir de conseil :

- ▶ Pour plus de transparence dans les rapports entre clients et intermédiaires, il faut que les prestations des intermédiaires soient matérialisées par écrit : « lettres de mission » ou « recueil de besoin » ;
- ▶ Les intermédiaires, surtout les courtiers, doivent être amenés à continuer leur devoir de conseil durant le contrat voire lors de sinistre en prouvant par écrit leur transparence par rapport aux besoins exprimés par le client.
- ▶ Nécessité des législateurs de l'espace FANAF, face aux nouvelles exigences de distribution d'assurance, **d'exiger des intermédiaires l'écrit comme la modalité obligatoire d'exécution du devoir de conseil.**

Section 3 : LES STRATEGIES MISES EN OEUVRE POUR LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE DISTRIBUTION DES PRODUITS D'ASSURANCE

A – LA BANCASSURANCE ET LA REGLEMENTATION APPROPRIEE

1 – Définition:

- ♣ La Bancassurance est un néologisme qui peut être défini suivant deux points de vue :
 - Du point de vue fonctionnel, la bancassurance désigne des services financiers intégrant des produits de la banque et de l'assurance
 - Du point de vue institutionnel, elle s'entend création ou rachat de compagnies d'assurance par des groupes bancaires ou inversement.

Section 3 : LES STRATEGIES MISES EN OUEVRE POUR LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE DISTRIBUTION DES PRODUITS D'ASSURANCE

A – LA BANCASSURANCE ET LA REGLEMENTATION APPROPRIEE

2 – Règlementation appropriée:

Dans les pays de l'espace CIMA où elle se pratique, la bancassurance enregistre un succès grandissant et les enquêtes au niveau des assureurs révèlent que la bancassurance est la première menace au niveau des compagnies qui ne la pratiquent pas encore.

Section 3 : LES STRATEGIES MISES EN OUEVRE POUR LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE DISTRIBUTION DES PRODUITS D'ASSURANCE

A – LA BANCASSURANCE ET LA REGLEMENTATION APPROPRIEE

2 – Règlementation appropriée:

- ♣ Le problème de qualification de l'activité du « bancassureur » dans la loi bancaire de 1984 interpelle les législateurs de l'espace FANAF à ouvrir un débat en la matière pour encadrer le champ d'activité ;
- ♣ La CIMA doit approfondir les dérogations de l'article 503 pour une meilleure distribution d'assurance par les banques ;

Section 3 : LES STRATEGIES MISES EN OUEVRE POUR LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE DISTRIBUTION DES PRODUITS D'ASSURANCE

A – LA BANCASSURANCE ET LA REGLEMENTATION APPROPRIEE

2 – Règlementation appropriée:

- ♣ Sollicitation auprès des législateurs communautaires pour la mise en place de dispositions appropriées incluant dans l'activité des banques aussi bien la présentation des produits d'assurance que la production et la gestion des polices.

Section 3 : LES STRATEGIES MISES EN OUEVRE POUR LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE DISTRIBUTION DES PRODUITS D'ASSURANCE

B – LA DIGITALISATION

La matérialisation de la transformation digitale se fait désirer malgré l'identification assez nette des fondamentaux : Intelligence artificielle, Blockchain, Robotique et Big data.

Section 3 : LES STRATEGIES MISES EN OUEVRE POUR LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE DISTRIBUTION DES PRODUITS D'ASSURANCE

B – LA DIGITALISATION

1 – Définition

La digitalisation est un anglicisme lié au procédé qui vise à transformer un objet, un outil, un process ou un métier en un code informatique afin de le remplacer et **le rendre plus performant**. On l'associe à la « **définition de la transformation digitale** » et le concept qui est de plus en plus utilisé dans le cadre de la transformation digitale des entreprises, se décline en quatre piliers fondamentaux :

Section 3 : LES STRATEGIES MISES EN OUEVRE POUR LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE DISTRIBUTION DES PRODUITS D'ASSURANCE

B – LA DIGITALISATION

1 – Définition

- ♣ **Innovation**: la compétitivité à l'ère de la technologie avancée exige d'innover ;
- ♣ **Relation client**: Aujourd'hui, l'assuré est plus exigeant et moins fidèle. L'accès direct au client et à ses données est clé pour gagner des parts de marché ;

Section 3 : LES STRATEGIES MISES EN OUEVRE POUR LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE DISTRIBUTION DES PRODUITS D'ASSURANCE

B – LA DIGITALISATION

1 – Définition

- ♣ **Excellence opérationnelle**: du fait de la réduction des marges, un ensemble de processus internes doit être digitalisé pour rendre les opérations plus efficaces ;
- ♣ **Agilité**: il y a lieu d'abandonner les processus lents de prises de décision, opérer un changement sur les manières de travail et aller vers l'expérimentation, le « test and learn ».

Section 3 : LES STRATEGIES MISES EN OUEVRE POUR LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE DISTRIBUTION DES PRODUITS D'ASSURANCE

B – LA DIGITALISATION

2 – La réglementation dans l'espace FANAF

- ♣ La digitalisation devrait être intégrée dans tous les plans stratégiques des compagnies. A défaut, les compagnies réfractaires au changement disparaîtront simplement.

Section 3 : LES STRATEGIES MISES EN OUEVRE POUR LES NOUVELLES EXIGENCES EN MATIERE DE DISTRIBUTION DES PRODUITS D'ASSURANCE

B – LA DIGITALISATION

2 – La réglementation dans l'espace FANAF

- ♣ Malgré le potentiel d'accroissement attendu de la digitalisation ou de la téléphonie mobile, les assureurs sont aujourd'hui bloqués par la réglementation qui est complètement muette sur le sujet. Certes, rien n'interdit aujourd'hui la souscription d'un contrat d'assurance par voie numérique. Sauf que dans la configuration actuelle du marché, le fait que l'assureur ne puisse apposer une signature digitale sur la police d'assurance crée une rupture dans la dématérialisation de la procédure de souscription. Le contrat physique étant encore indispensable. C'est par exemple le cas du contrôle de l'obligation d'assurance par les policiers dans l'espace CIMA.

Conclusion

Nécessité pour les législateurs d'initier plus de réformes de manière avant-gardiste par rapport aux profonds bouleversements annoncés dans les prochaines décennies : l'intelligence artificielle sera omniprésente aussi bien dans le processus de la souscription des risques du particulier que dans leur règlement. Dans le long terme, les petites agences d'assurance disparaîtront laissant place à des entités virtuelles interagissant les unes avec les autres.

Conclusion

Dans ce scénario inquiétant pour certains, l'inaction sera mortelle. Un assureur ne pourra plus se contenter d'une gestion au jour le jour. Il faut que tous les assureurs incluent dans leurs stratégies d'action, un plan de modernisation digitale et un partenariat de bancassurance pour ne pas disparaître. Le marché FANAF doit promouvoir des « START UP » pour redéfinir le business classique et répondre aux nouvelles façons d'entrevoir la relation client.



Fédération des Sociétés
d'Assurances de Droit National Africaines



Je vous remercie

Présenté par Mouftaou SOUHOIN,
Président ASA-BENIN