

44ème ASSEMBLEE GENERALE DE LA FANAF

LA DONNEE ET L'INNOVATION AU COEUR DE L'ASSURANCE

PROBLEMATIQUE DE LA DONNEE DANS LE SECTEUR DES ASSURANCES

Cheikh Ba
Président Fédération Inter africaine
Des Assureurs Conseils

LIBREVILLE : Le 18 FEVRIER 2020

SOMMAIRE

- 1. Problématique générale de la donnée et l'assurance**
- 2. Etat des lieux de la Règlementation de la donnée dans le secteur des assurances**
- 3. Etat des lieux de l'Exploitation de la donnée dans le secteur des assurances**
- 4. Etat des lieux de l'Apport des données dans la distribution des produits d'assurances**

1. Problématique générale de la donnée et l'assurance

- Pour parler de la problématique de la donnée dans le secteur des assurances, mon propos ne serait guère de porter un jugement de valeur, ni de donner des solutions toutes faites, mais d'apporter une contribution basée sur l'expérience vécue.
- Les données sont aujourd'hui le **nouveau fuel** de l'économie mondiale. Les technologies de l'information et de la communication ne constituent plus un secteur d'activité parmi d'autres, mais **la base** de tous les systèmes économiques innovants et des sociétés modernes.
- Les données électroniques sont au centre de ces systèmes et peuvent générer une grande valeur lorsqu'elles sont analysées ou combinées à des services et des produits.
- Le développement rapide de l'économie des données et des technologies émergentes telles que l'intelligence artificielle, les produits et les services en lien avec l'internet des objets, les systèmes autonomes et la 5G va de pair avec une offre de plus en plus variée de services de traitements de données.

1. Problématique générale de la donnée et l'assurance

- Cependant concernant le secteur des assurances, il faut clairement faire la part des choses, entre les **données numériques** et celles **non numériques** d'une part mais également, celles **personnelles** et celles **non personnelles**.
- L'industrie des assurances Africaines, dispose aujourd'hui de **gisements** de données précieux, qui pourraient lui offrir des possibilités énormes de développement.
- La clé se trouve bien entendu dans leur exploitation optimale.
- Au regard des tendances internationales, le marché africain de l'assurance est encore largement sous-développé, ne représentant que 1,2% (soit 60 milliards de dollars) de prime d'assurance souscrites dans le monde en 2017.
- Cette situation s'explique en partie par un niveau de développement économique encore faible de ces pays et par une organisation inefficente du marché (réglementation et offre d'assurance inadaptées aux besoins du marché, absence d'innovation etc.).

1. Problématique générale de la donnée et l'assurance

- De plus, les pratiques de certains acteurs sur ces marchés ont conduit à un désamour de l'assurance par les consommateurs (qui la considèrent comme une taxe), ce qui freine considérablement son développement.
- Toutefois, les réformes réglementaires en cours sur la plupart de ces marchés permettront de les assainir progressivement et d'en favoriser le développement.
- Tout ceci démontre, dans une certaine mesure, le potentiel inexploité du marché africain. Dans ce nouveau contexte, le regain économique porté par la hausse des matières premières, l'explosion démographique, l'émergence d'une classe moyenne et l'urbanisation galopante devrait faire croître le nombre de personnes et des actifs assurables.
- Ces perspectives augurent donc d'un développement soutenu du secteur dans les années à venir mais pour cela, les assureurs africains ne peuvent plus se baser sur le schéma traditionnel, avec des canaux de distribution coûteux.

1. Problématique générale de la donnée et l'assurance

- Une nouvelle approche « multi-canal » et innovante passant nécessairement par une exploitation efficiente des données, doit être mis en place, avec des produits centrés sur la connaissance des clients et distribués autrement.
- Pour réaliser ce pari, le numérique est l'allié tout trouvé.
- Tout ceci démontre, dans une certaine mesure, le potentiel inexploité du marché africain.
- Il faut préciser que depuis quelques décennies, certains assureurs collectent des données sur le comportement et les besoins de leurs clients au travers de divers canaux d'enquêtes et de prospection classiques.
- Aujourd'hui, la numérisation du secteur et la multiplicité des canaux de distribution – courtiers digitaux - et de ses points de contacts avec les clients et prospects – réseaux sociaux – leurs permettent d'accroître la masse d'informations collectée et donc de mieux connaître les clients.

1. Problématique générale de la donnée et l'assurance

- Avec cette vision globale des clients, ils peuvent ainsi délivrer une expérience clients performante et en phase avec leurs attentes.
- De mon point de vue, la première stratégie pour une exploitation optimale de la donnée passe nécessairement par un **état des lieux exhaustif** de sa problématique dans le secteur des assurances.
- Cet état des lieux va concerner :
 - ✓ **La Réglementation,**
 - ✓ **L'Exploitation**
 - ✓ l'Apport des données dans la **Distribution** des produits d'assurances.

1. Problématique générale de la donnée et l'assurance

- **Rappel de quelques principes fondamentaux relatifs à l'Assurance et à la Donnée :**

➤ **Bien vous connaître c'est bien vous assurer**

- La mission de l'assureur est de protéger son client et ses proches, de l'accompagner dans ses projets et de le prémunir contre les aléas de la vie. Il **collecte** ainsi et **exploite** des **données personnelles** de son client, qui lui sont indispensables pour lui apporter des services de qualité et pour exercer son métier.
- Parce que la confiance est la base de la relation qui unit l'assureur et son client, il devra veiller à la protection des données personnelles de son client.
- Pour préserver cette confiance, la compréhension et l'adhésion du client sont indispensables. Aussi, l'assureur a l'obligation d'éclairer son client sur l'utilité et l'usage de ses données, tout en s'engageant à toujours mieux l'informer sur vos libertés et ses droits en matière de données personnelles.

1. Problématique générale de la donnée et l'assurance

➤ Quelques questions fréquentes relatives à la donnée

- ✓ Pourquoi mon assureur a-t-il besoin de mes données personnelles ?
- ✓ Pourquoi mon assureur me demande-t-il des informations sans lien apparent avec le bien à assurer?
- ✓ Combien de temps mon assureur conserve-t-il mes données?
- ✓ Mon assureur peut-il se servir de ma situation médicale contre moi?
- ✓ Mon assureur peut-il transmettre mes données à des tiers?
- ✓ Comment utilise-t-il mes données collectées par des objets connectés?
- ✓ Quelles sont les mesures de sécurité que met en place mon assureur pour protéger mes données ?

2. Etat des lieux de la réglementation de la donnée dans le secteur

- Le numérique pénètre en Afrique porté principalement par la forte démocratisation du téléphone mobile. On compte aujourd'hui plus d'un milliard d'abonnés mobiles sur le continent pour une population estimée à 1,3 milliard d'habitants. Le mobile est donc une interface numérique omniprésente en Afrique. C'est d'ailleurs par ce canal qu'est distribuée la majeure partie des offres d'assurance digitale, généralement sous la forme de micro-assurance.
- Les acteurs ayant le mieux compris le potentiel du mobile pour le marché de l'assurance sont probablement les opérateurs téléphoniques. Comme à la fin des années 2000 pendant lesquelles ils ont mis sur le marché des services de monnaies électroniques (mobile money); ils multiplient aujourd'hui les partenariats avec des assureurs pour concevoir des offres d'assurances à destination de populations mal ou non-bancarisées. Ils profitent de leurs plateformes technologiques pour collecter les primes et payer les réclamations via Mobile Money.
- Grâce à la base de clients des opérateurs téléphoniques, les services d'assurance via mobile (m-assurance) peuvent atteindre des échelles significatives assez rapidement.

2. Etat des lieux de la réglementation de la donnée dans le secteur

- Si l'assurance digitale présente de belles perspectives en Afrique, le modèle pose un petit problème : la fourniture de **m-assurance** est généralement soumise à au moins **trois** autres **organismes** de réglementation (télécommunications, données personnelles, services financiers digitaux, etc) **autre que celui de l'assurance**. Il est souvent difficile de comprendre clairement quelles exigences précises s'appliquent à la m-assurance.
- Cela a une incidence importante sur les considérations commerciales, car la situation crée un risque juridique et/ou réglementaire, et peut donc dissuader les assureurs ou autres partenaires d'entrer sur le marché ou de rester engagés.
- Cela affecte également la capacité du régulateur d'assurance à superviser convenablement la m-assurance ou à développer une nouvelle approche réglementaire. **En effet, le régulateur n'a peut-être pas les compétences sur les entités ou activités clés.**

2. Etat des lieux de la réglementation de la donnée dans le secteur

- Dans certains cas, les régulateurs ne sont pas certains des règlements qui s'appliquent à la m-assurance et peuvent, sans le savoir, établir des exigences incompatibles avec les règlements des secteurs autres que l'assurance impliqués dans cet écosystème.
- A ce jour, en Afrique, seul le Ghana a mis en place un cadre réglementaire spécifique pour la m-assurance.
- La CIMA qui supervise l'activité d'assurance dans 14 pays d'Afrique de l'ouest et centrale francophone, prépare actuellement une nouvelle réglementation sur la m-assurance.
- On voit ainsi que le continent est de plus en plus connecté et l'acuité de la question de la protection des données se renforce. **Et beaucoup de chemin reste à parcourir.**
- La numérisation des services dans différents domaines – e-santé, e-Visa et e-commerce – prend aussi pied dans de nombreux pays. Si cette situation facilite la vie de millions d'Africains, elle pourrait aussi se retourner contre eux.

2. Etat des lieux de la réglementation de la donnée dans le secteur

- En effet, développement du numérique rime aussi avec accumulation des données personnelles. Sans protection, ces informations peuvent être réutilisées à des fins publicitaires ou, pis, politiques.
- Du côté de la législation, l'Afrique accuse un certain retard. D'après Mouhamadou Lo, juriste et président fondateur de la Commission de protection des données personnelles du Sénégal, seuls « *25 pays sur 54 ont une loi sur la protection des données* », affirme-t-il dans un entretien au journal économique *Stratégies*.
- À souligner tout de même l'avance prise en la matière par les pays francophones, 14 d'entre eux ayant adopté une loi. L'Association francophone des autorités de protection des données personnelles (AFAPDP), créée en 2007, a notamment « *joué un grand rôle* », explique l'expert qui, souligne par ailleurs, que les pays francophones étaient « *privilegiés par rapport aux pays anglophones* » sur cette question.

2. Etat des lieux de la réglementation de la donnée dans le secteur

- Un constat qui interroge quand l'on sait que les pays les plus connectés sont anglophones, à l'instar du Nigeria et du Kenya, où les lois sur la protection des données personnelles manquent cruellement. Et qui fait dire à Mouhamadou Lo que « *la situation actuelle ne peut perdurer* ».
- Fin octobre 2019, les autorités nigérianes ont réagi. Le ministère de l'Information et de la Culture a en effet reconnu que les réseaux sociaux, qui peuvent divulguer des données sensibles, étaient « *incontrôlables* » au Nigeria. Il a donc annoncé que le pays commencerait bientôt à réglementer le secteur avec des « *sanctions sévères* », prévues *pour la diffusion de fausses informations* ».
- La totale liberté permise par les réseaux sociaux engendre de nombreuses dérives dans le pays où l'on compte 29,3 millions d'utilisateurs de médias sociaux. Le géant Facebook y a d'ailleurs installé un de ses centres africains de modération de contenu.

2. Etat des lieux de la réglementation de la donnée dans le secteur

- **Nécessité de concilier droits fondamentaux et technologie**
- Les conséquences d'une telle politique sont nombreuses. Elle suscite d'abord la défiance des populations et laisse de côté d'autres problématiques liées à la protection des données personnelles, comme l'exploitation de ces informations par des entreprises. Le manque de protection peut aussi affecter les échanges commerciaux de l'Afrique avec l'international. Une société européenne sera hostile à un partenariat avec une entreprise africaine si elle craint pour la protection de ses données bancaires par exemple.
- Une législation dédiée au secteur est donc indispensable. Car une plus grande confiance accordée aux services en ligne booste l'économie numérique. Aux gouvernements, Mouhamadou Lo rétorque : « *Aucune exigence légale ne peut empêcher le développement d'un marché numérique. Il faut simplement savoir concilier les droits fondamentaux reconnus aux individus et la manière de profiter des possibilités offertes par la technologie.* » Reste à savoir si les États africains sont prêts à respecter ce savant dosage.

3. Etat des lieux de l'Exploitation de la donnée dans le secteur

- Des données hétérogènes, dispersées dans des silos et non connectées existent aujourd'hui dans le secteur des assurances en Afrique, mais il n'existe à ma connaissance, aucun organisme qui collecte en permanence cette variété de données issues de leur portefeuilles respectifs.
- Résultat, les assureurs et les courtiers ne peuvent accéder en temps réel à ces données les exploiter et engager la bonne action.
- C'est pourtant là le nerf de la guerre. Car c'est dans la gestion de cette masse de données que les professionnels du secteur feront la différence avec l'extraction des informations pertinentes.
- A mesure que les outils deviennent de plus en plus sophistiqués et que les sources de données ne cessent d'augmenter, les assureurs et les courtiers doivent mettre en place une stratégie d'intégration ou de regroupement des ensembles de données afin d'obtenir une vue multidimensionnelle de leur entreprise et de leurs clients.

3. Etat des lieux de l'Exploitation de la donnée dans le secteur

- **Anticiper les tendances et besoins futurs avec l'analyse de données**
- Aujourd'hui les consommateurs exigent une expérience clients personnalisée et apprécient l'anticipation.
- Dans ce contexte, le numérique aidant, assureurs ont tout intérêt à se pencher sur leurs données existantes et utiliser par exemple, des plateformes d'analyse prédictive pour analyser ces données à des fins de prédiction d'événements et de besoins futurs inconnus.
- Ces données concernent par exemple, la taille des entreprises par secteur d'activité, le nombre d'Employés, les masses salariales, les chiffres d'affaires, le nombre de polices par branches, les statistiques sinistres etc.
- Grâce à l'analyse prédictive ils peuvent anticiper de manière proactive les besoins des clients, leurs frustrations ou mécontentement, ainsi que les tendances du marché.
- Une stratégie de données performante doit englober et intégrer toutes les initiatives.

4. Apport des données dans la distribution des produits d'assurances

- Le constat au niveau de la distribution montre que contrairement aux services bancaires, les produits d'assurances ont du mal à se faire adopter par les populations africaines.
- Les acteurs traditionnels du secteur se sont longtemps appuyés sur les canaux de distribution classiques pour développer leurs activités alors que la démocratisation du numérique est en train de dynamiser le marché en facilitant l'arrivée de nouveaux acteurs.
- Ces perspectives augurent donc d'un développement soutenu du secteur dans les années à venir mais pour cela, les courtiers africains qui contrôlent (selon des chiffres non officiels plus de 50% des émissions du secteur) ne peuvent plus se baser sur le schéma traditionnel, avec des canaux de distribution coûteux.
- Un état des lieux dans le secteur de la distribution montre que les courtiers disposent de masses de données importantes à partir des portefeuilles qu'ils gèrent.

4. Apport des données dans la distribution des produits d'assurances

- L'illustration la plus parfaite concerne les courtiers gestionnaires de portefeuilles « Santé » qui disposent de données très précieuses et variées concernant les populations assurées, collectées au moyen de questionnaires renseignés par les clients eux-mêmes.
- On peut citer également les flottes d'entreprises industrielles, les contrats IAC groupes, les polices retraites complémentaires et IFC etc.
- Les courtiers pourraient faire de la prospection à partir de toutes ces données et concevoir des nouveaux produits et services, par une nouvelle approche multi-canal et innovante. Ils auront ainsi à analyser, affiner ces données, étudier leur cohérence, leur pertinence et distribuer autrement les nouveaux produits qu'ils en tirent grâce au numérique.
- Grâce à l'apport de la donnée le courtier pourra jouer davantage pour l'assuré son véritable rôle de partenaire plutôt que celui d'un simple prestataire : **Il ne lui vend pas des produits d'assurances, mais il l'aide à en acheter.**

**MERCI POUR VOTRE AIMABLE
ATTENTION**

FIAC