

# ASSURANCE : SURMONTER DES OBSTACLES PAR LA NUMERISATION



Laurence HONTARREDE | Responsable stratégie client et marketing et membre du comité exécutif de BNP Paribas Cardif

**Certains obstacles à l'amélioration de la prestation transfrontalière de produits d'assurance sont peut-être faciles à surmonter, mais d'autres beaucoup moins : c'est le cas, d'une part, des différences entre les législations nationales telles que le droit civil, le droit des assurances et le régime fiscal, qui constituent des entraves importantes à la prestation transfrontalière directe de services financiers. Les écarts en matière de lutte contre la fraude à l'assurance peuvent également jouer un rôle dans la décision de proposer ou non des produits transfrontaliers. D'autre part, les produits d'assurance sont conçus en fonction de l'environnement du pays dans lequel ils sont vendus : la composition des couvertures, la tarification des risques et la gestion des sinistres sont toutes influencées par le marché local et ses dispositions réglementaires. La décision de se lancer sur un marché étranger requiert donc une bonne compréhension et un respect total des exigences réglementaires et prudentielles du marché visé.**

Parmi les nombreux facteurs qui doivent être pris en compte dans le calcul du risque pour l'assureur, citons les exemples suivants :

- Les produits d'assurance-vie dépendent des dispositions du droit national en matière de responsabilité civile et du régime fiscal des marchés sur lesquels ils sont fournis. Il faut également tenir compte des dispositions de la fiscalité locale.
- La législation en matière de lutte contre le blanchiment d'argent est un obstacle à la prestation de produits d'assurance-vie sur une base transfrontalière.
- L'assurance-maladie relève de la compétence des États membres : le rôle et les tâches spécifiques des assureurs privés dépendent donc du système national de santé.

Il est possible de surmonter certains obstacles via la numérisation et l'innovation, qui pourraient faciliter la vente de contrats transfrontaliers : les assureurs pourraient conclure des contrats à distance en vérifiant l'identité des clients potentiels avec la signature électronique, sous réserve que l'environnement juridique autorise l'utilisation de ces technologies. Elles pourraient également simplifier la collecte d'informations sur les autres marchés ou des clients étrangers, afin que les assureurs disposent de données plus complètes au sujet des risques individuels.

Le secteur de l'assurance est en train de passer à la numérisation pour répondre rapidement et efficacement aux nouvelles attentes des clients. Afin d'éviter toute forme d'exclusion financière, le modèle d'activité du secteur évolue vers un environnement multicanal dans lequel les services d'assurance sont proposés via des canaux numérisés, mais aussi des canaux plus traditionnels. Les initiatives réglementaires ne devraient pas favoriser un canal aux dépens des autres, mais en favoriser la diversité, bénéfique pour les clients dont les cultures, les

besoins et les préférences varient selon les marchés. En outre, l'éducation financière dans l'univers du numérique devrait devenir une priorité pour l'ensemble des parties prenantes, en particulier pour les pouvoirs publics.

On peut aussi rappeler que le Règlement général sur la protection des données et la Directive NIS offrent déjà un niveau élevé de protection. Les assureurs restent vigilants afin d'asseoir la confiance des consommateurs, de gérer les risques et d'exploiter de nouvelles opportunités. Le cadre réglementaire européen doit également prendre en considération les différences dans la nature des produits : une approche universelle qui ne tiendrait pas compte des spécificités des produits d'assurance serait vraisemblablement dommageable pour le secteur et, au final, pour le consommateur.

Les initiatives réglementaires devraient présenter un intérêt clair pour les consommateurs, et ne pas empêcher ces derniers d'accéder à une vaste gamme de produits et services d'assurance. Il est nécessaire d'évaluer soigneusement les bénéfices pour les consommateurs et leurs besoins lors de l'élaboration de nouvelles politiques et législations de protection des consommateurs : les avantages doivent être mis en balance avec les coûts de mise en œuvre et le risque de réglementation excessive qui peuvent freiner l'innovation et la croissance, et les exigences doivent être proportionnées et adaptées aux besoins des consommateurs. Enfin, de nouvelles règles adoptées tout récemment dans le cadre de la Directive sur la distribution d'assurance viennent d'entrer en application : elles renforcent les règles de bonne conduite dans tout le processus de vente et le niveau de protection des consommateurs, ainsi que le nouveau cadre de protection des données. Elles s'appliquent aux nouvelles technologies numériques ayant un impact sur la distribution des produits d'assurance. (Avril 2016)