

La Fabrique d'Assurance publie un Livre blanc sur « Comment améliorer l'accessibilité aux assurances »

A l'occasion de la 8^e conférence annuelle de la Fabrique d'Assurance, experts et assureurs ont débattu sur l'importance d'améliorer l'accès à l'assurance et l'assurabilité dans un contexte d'augmentation des risques au sein de nos sociétés. A cette occasion, la Fabrique d'Assurance a présenté son Livre blanc dont la réflexion porte sur « Comment améliorer l'accessibilité aux assurances ».

Préfacé par Catherine Julien-Hiebel, présidente du CCSF (Comité consultatif du secteur financier), le Livre blanc de la Fabrique d'Assurance explore les efforts actuels et souhaitables du secteur de l'assurance pour faciliter et renforcer l'accessibilité aux assurances pour le plus grand nombre. Il est le fruit d'une réflexion collective réalisée sur le plan international et français dans un contexte mondial où se renforce le besoin de protection des citoyens, en raison de l'amplification des risques géopolitiques, sociétaux, sanitaires, environnementaux, climatiques et économiques.

Le Livre blanc explore le thème de l'accessibilité aux assurances autour des prismes suivants :

- Comment améliorer la compréhension des contrats, garanties et services proposés aux assurés ?
- Comment développer l'éducation aux risques et encourager la prévention ?
- Comment rendre accessible les solutions de protection assurantielles au plus grand nombre, dont les populations vulnérables, via une meilleure inclusion ?
- Comment améliorer l'accessibilité à l'indemnisation et à l'accompagnement des bénéficiaires lorsque survient l'événement garanti ?
- Comment préserver la place de l'humain dans une relation client de plus en plus digitalisée ?
- Et enfin, comment contribuer à rendre l'assurance plus attractive, voire désirable ?

Christophe Ionescu

Directeur général de La Fabrique d'Assurance



« L'accessibilité à l'assurance, objet des débats de cette conférence annuelle de la Fabrique d'Assurance, constitue un enjeu majeur. L'ensemble des acteurs du secteur doit s'en emparer alors que la complexité et la multiplicité des risques s'intensifient. Le secteur de l'assurance ne peut plus se contenter de gérer les risques, mais doit anticiper, protéger et construire l'avenir. Rendre l'assurance réellement accessible, c'est permettre à chaque individu d'être acteur de sa propre protection, tout en renforçant les solidarités collectives. C'est, en somme, renforcer l'assurance comme levier de progrès au service de tous. »

Améliorer l'éducation financière des citoyens et la prévention

L'un des principaux défis de l'accessibilité aux assurances réside dans l'acculturation des citoyens aux risques et la bonne compréhension des solutions pour s'en protéger. Les principaux leviers pour répondre à cet enjeu global et systémique sont l'éducation financière et la prévention.

- L'éducation financière permet d'éclairer le choix pour une couverture adaptée aux besoins et une meilleure gestion des sinistres. Elle sensibilise également les citoyens sur les conséquences potentielles de la sous-assurance et la non-assurance.
- La prévention devient quant à elle une nécessité pour pouvoir garantir dans la durée l'accessibilité avec le maintien de tarifs d'assurance abordables et éviter un désengagement potentiel des assureurs.

La pédagogie, notamment à travers des programmes éducatifs et l'utilisation de technologies numériques, est également essentielle pour rendre l'information sur les produits d'assurance plus accessible et compréhensible. L'illectronisme demeure très important, affectant principalement les personnes de plus de 60 ans, avec une incidence majeure sur les plus de 75 ans. Il entraîne des démarches administratives complexes et décourageantes, compromettant la relation entre l'assureur et le client. Enfin, des efforts doivent être réalisés sur l'inclusion tarifaire pour protéger le plus grand nombre.

Le Livre blanc formule enfin des recommandations pour améliorer l'accessibilité de l'assurance et la rendre plus inclusive. Pour répondre à cet enjeu, le secteur de l'assurance doit pouvoir relever plusieurs défis :

- Encourager les assurés à devenir des partenaires actifs en partageant des informations pour mieux comprendre leurs besoins et ajuster les offres proposées. Cela renforce la fidélisation et transforme la relation en un partenariat basé sur la confiance et la réciprocité.
- Redéfinir la proposition de valeur des assureurs en les positionnant comme des partenaires essentiels du quotidien. Cela peut être accompli à travers des initiatives innovantes intégrant des outils numériques, des approches collaboratives, et des récompenses pour encourager des comportements vertueux.
- Proposer des services additionnels pour accompagner les assurés dans leurs moments de vie est également une piste.
- Consolider une cartographie partagée des zones à haute exposition aux risques naturels majeurs entre l'État, la CCR, et les acteurs assurantiels, afin de mieux adapter le système assurantiel aux évolutions des risques climatiques.
- Développer et animer des plateformes permettant aux salariés et personnes protégées de contribuer à des initiatives solidaires en collaboration avec les partenaires de la mutuelle, et créer des dispositifs de mobilisation de délégués volontaires après des sinistres climatiques.

CNP Assurances engagée de longue date en faveur d'une meilleure accessibilité de l'assurance

L'accessibilité à l'assurance et l'inclusion sont au cœur de la raison d'être de CNP Assurances. Rappelons que le Groupe a mis en place plusieurs initiatives phares pour protéger les plus fragiles. Citons notamment :

- Un programme de réécriture de ses contrats en langage clair grâce à l'outil Plainly. Il vise à structurer l'information de manière intuitive et améliorer la compréhension des documents par les assurés.
- Depuis 2020, des web-séries et des contenus diffusés sur la WebTV Konbini, réalisés en collaboration avec l'humoriste Baptiste Lecaplain, pour simplifier et expliquer les termes complexes de l'assurance.
- La garantie Aide à la famille, lancée en 2023, qui offre une prise en charge aux parents d'enfants malades ou handicapés. Le Comité Consultatif du Secteur Financier (CCSF) a depuis recommandé à tous les assureurs d'inclure cette garantie dans leurs contrats d'assurance emprunteur.

- Pour le mois d'Octobre Rose 2024, CNP Assurances a réalisé une campagne de sensibilisation détournant des annonces immobilières. Elle visait à interpeller sur les difficultés rencontrées par les femmes ayant eu un cancer du sein pour obtenir une assurance de prêt immobilier. La campagne permettait également d'informer le public sur une initiative prise par CNP Assurances pour permettre à ces femmes d'obtenir une assurance de prêt, sans surprimes, ni exclusions, dès la fin de leur protocole thérapeutique.

A propos du groupe CNP Assurances

Assureur de biens et de personnes, le groupe CNP Assurances compte plus de 8300 collaborateurs. Son résultat net s'élève à 1 550 M€ en 2023. Filiale de La Banque Postale, le groupe est N° 2 de l'assurance emprunteur immobilier et de l'assurance-vie en France. Il est le 5^e assureur en Europe et le 3^e assureur au Brésil. Ses solutions sont distribuées dans 19 pays par différents partenaires et assurent plus de 36 millions de personnes en prévoyance et protection, et 14 millions en épargne-retraite. CNP Assurances est un assureur et investisseur responsable (400 Md€ investis dans tous les secteurs) qui agit pour une société inclusive et durable, protégeant et facilitant tous les parcours de vie.

Contacts

Florence de Montmarin 01 42 18 46 51
Tamara Bernard 01 42 18 86 19

servicepresse@cnp.fr

Suivez-nous : [in](#) [f](#) [v](#) [@](#) [X](#)

