



**Assurons
un monde
plus ouvert**

POLITIQUE

Synthèse Politique Groupe Assurance Inclusive

Note introductive

Ce document constitue une version condensée de la politique d'Assurance Inclusive du groupe CNP Assurances - **GR/UD/POL-002** (la « Politique »). Il s'adresse **principalement** aux parties prenantes externes et offre un aperçu synthétique des modalités de conception et de distribution de solutions d'assurance inclusive au sein des entités du groupe CNP Assurances, composé de CNP Assurances Holding et de l'ensemble de ses filiales directes et indirectes (le « Groupe »).

1. Objet et portée de la Politique

La présente Politique vise à présenter les engagements et processus du Groupe CNP Assurances en matière d'inclusion financière et sociale dans le domaine de l'assurance.

Elle s'inscrit dans la raison d'être du Groupe, moteur de notre singularité et de notre stratégie de développement : « Assureurs et investisseurs responsables animés par la vocation citoyenne de notre Groupe, nous agissons avec nos partenaires pour une société inclusive et durable en apportant au plus grand nombre des solutions qui protègent et facilitent tous les parcours de vie. ».

Cette Politique a pour objectif :

- **De soutenir l'innovation dans la conception et la distribution d'assurances ayant un impact sociétal**, en favorisant des approches pionnières qui répondent aux nouveaux enjeux de protection,
- **D'encourager au développement de solutions inédites et à influencer le marché**, en proposant des garanties qui repoussent les frontières de l'assurabilité grâce à la large capacité de mutualisation du Groupe CNP Assurances,
- **De faciliter l'accès effectif au plus grand nombre à des solutions d'assurance inclusives**, en particulier auprès des populations vulnérables ou éloignées des circuits traditionnels d'assurances.

Elle s'applique à l'ensemble des solutions d'assurance (produits, services, processus) conçues par les filiales du Groupe et distribuées par leurs partenaires, en veillant à ce que ces solutions soient simples, utiles, accessibles, viables et équitables, conformément aux principes SUAVE décrits dans la présente Politique.

Elle s'inscrit dans la stratégie de responsabilité sociétale de l'entreprise et contribue à la réduction des écarts de protection, en cohérence avec les Objectifs de Développement Durable.

Elle complète les engagements pris dans le cadre des *Principles for Sustainable Insurance* (PSI), dont CNP Assurances est signataire depuis 2020. Les PSI, lancés par l'Initiative Finance du Programme des Nations Unies pour l'Environnement (UNEP FI), constituent un cadre mondial pour aider les assureurs à intégrer les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) dans toutes leurs activités.

Approuvée lors de sa création par le Comité exécutif (COMEX), la Politique est le reflet de la stratégie d'assurance responsable supervisée par CNP Assurances Holding.

2. Principes directeurs

Le Groupe CNP Assurances s'engage à repousser les limites de l'assurance pour protéger tous les parcours de vie. De façon générale, le Groupe CNP Assurances s'engage à concevoir, distribuer et gérer ses produits et services d'assurance inclusive de manière à favoriser l'inclusion financière et sociale, en garantissant l'accessibilité, la clarté et la pertinence des offres pour le plus grand nombre, en particulier les publics vulnérables ou insuffisamment protégés.

2.1. Développer l'accessibilité des solutions auprès du plus grand nombre

Le Groupe CNP Assurances s'engage à offrir des produits et services accessibles au plus grand nombre, quelle que soit leur situation, en évitant l'exclusion financière par la mutualisation des risques et en proposant des contrats adaptés aux besoins des personnes ciblées.

Le Groupe CNP Assurances s'engage à systématiquement explorer les pistes de mutualisation visant à étendre les couvertures du plus grand nombre et dans tous les moments de vie.

Le Groupe CNP Assurances cherche aussi à atteindre des populations en situation de vulnérabilité, fréquemment éloignées des circuits traditionnels de la distribution d'assurance. Pour tenir son engagement d'assurance inclusive, il s'appuie sur des partenariats variés afin de développer les canaux de distribution et favoriser des points de souscription accessibles, tels que bureaux de poste ou associations, pour améliorer l'accès à l'assurance.

2.2. S'engager auprès des « populations vulnérables »

Le Groupe CNP Assurances définit une population vulnérable comme un groupe d'individus plus susceptibles de subir des préjudices significatifs en raison de divers facteurs tels que l'âge, l'état de santé, un ou plusieurs handicaps physiques ou mentaux, une situation économique précaire, ou une exposition particulière à des risques environnementaux, notamment ceux liés au changement climatique, à la pollution, à la dégradation des écosystèmes ou à des catastrophes naturelles.

Cette vulnérabilité peut être structurelle, liée à des caractéristiques personnelles permanentes, ou conjoncturelle, résultant d'événements de la vie.

Elle s'étend également à ceux qui sont exclus des services essentiels comme l'accès à l'assurance, en raison de barrières physiques, psychologiques, financières ou sociales.

2.3. S'engager pour la satisfaction client, la gestion des réclamations et pédagogie auprès des clients

Écoute de la voix du client et évaluation de la satisfaction de nos clients

Le Groupe CNP Assurances s'engage à être à l'écoute des besoins spécifiques des publics cibles de l'assurance inclusive, en intégrant leurs commentaires dans la conception, l'adaptation et l'amélioration continue de ses offres et services.

Cette démarche repose sur une approche participative et inclusive, mobilisant des dispositifs d'écoute adaptés aux profils des cibles concernées (enquêtes simplifiées, ateliers de co-conception, retours qualitatifs via des relais de terrain ou des partenaires associatifs). L'objectif est de garantir que les solutions proposées répondent réellement aux attentes, aux usages et aux contraintes des personnes en situation de vulnérabilité économique, sociale de santé ou climatique

Des indicateurs spécifiques sont suivis, tels que le Customer Effort Score (CES), le Net Promoteur Scor (NPS), le taux de conformité « langage clair » ou encore des *verbatim* collectés dans le cadre d'études d'impact régulières sur les programmes de solutions inclusive. Ces éléments permettent d'identifier les irritants, d'ajuster les parcours clients et de renforcer la lisibilité, l'accessibilité et la valeur perçue des offres (*Value For Money*).

Gestion des réclamations clients

Dans le cadre de la présente Politique, le Groupe CNP Assurances adopte une approche proactive et équitable du traitement des réclamations, considérant toute expression de mécontentement — fondée ou non — comme une opportunité d'écoute, d'amélioration continue et de renforcement de la confiance, en particulier auprès des publics vulnérables ou éloignés des circuits traditionnels.

Le Groupe met en œuvre un dispositif de gestion des réclamations harmonisé et adaptable aux contextes locaux, couvrant l'ensemble de ses Filiales assujetties en France et à l'étranger. Ce dispositif vise à :

- Garantir à chaque client, quel que soit son pays de résidence ou son aisance pour lire et écrire, un accès clair, compréhensible et non discriminatoire aux modalités de réclamation, aux voies de recours et au suivi de traitement ;
- Identifier les réclamations quel que soit le canal (écrit, oral, digital, via un partenaire ou un intermédiaire communautaire) et les orienter vers les circuits de traitement appropriés ;
- Analyser les causes de mécontentement, notamment celles liées à des barrières linguistiques, culturelles, numériques ou contractuelles, afin d'y apporter des réponses adaptées ;
- Détecter les dysfonctionnements systémiques ou récurrents dans les parcours clients inclusifs et mettre en œuvre des actions correctives ciblées.

Chaque Filiale adapte ce cadre aux exigences réglementaires locales, comme au Brésil où l'autorité fédérale de régulation et de supervision du marché de l'assurance, la Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) impose des standards spécifiques pour les produits de micro-assurance, incluant des procédures de réclamation simplifiées et accessibles.

Pédagogie auprès des clients

Le Groupe CNP Assurances s'engage à renforcer la compréhension, l'autonomie et la capacité d'action de ses clients en matière d'assurance, en particulier ceux en situation de vulnérabilité économique, sociale, en santé ou climatique, en France et à l'étranger. L'objectif est de rendre les produits et services accessibles, compréhensibles et adaptés aux réalités des publics éloignés des circuits "traditionnels de distribution d'assurances.

Dans le cadre de la présente Politique, le Groupe CNP Assurances s'engage à garantir à chaque assuré ou souscripteur une information claire, accessible et complète sur le contenu, l'étendue et les limites des garanties proposées, à travers des documents contractuels, commerciaux et digitaux conçus dans un langage compréhensible et inclusif.

Les documents sont conçus pour répondre aux critères de lisibilité, d'accessibilité et de transparence, tout en assurant à l'entreprise un niveau de sécurité juridique adapté.

2.4. Répondre aux besoins spécifiques des publics visés

Le Groupe CNP Assurances veille à ce que ses solutions d'assurance inclusive répondent aux besoins spécifiques des publics vulnérables, en France comme à l'étranger, tout au long de leur cycle de vie.

Avant leur lancement ou leur adaptation, les produits font l'objet de tests auprès de populations cibles — incluant des personnes en situation de précarité, de handicap ou de faible connaissance financière — afin d'évaluer leur compréhension, leur utilité et leur complémentarité avec les garanties existantes. Les retours issus de ces tests, ainsi que l'analyse des réclamations et des usages, permettent d'ajuster les documents contractuels et les parcours clients pour une meilleure lisibilité et accessibilité.

Les distributeurs reçoivent toutes les informations nécessaires sur les produits, leur marché cible et leur stratégie de distribution. Le Groupe CNP Assurances vérifie régulièrement que les produits sont bien diffusés auprès des publics visés et adapte ses offres en fonction des évolutions sociétales, réglementaires ou climatiques pouvant impacter les risques et les besoins des clients.

2.5. Innover en matière de produits et de services

Le Groupe CNP Assurances place l'innovation au cœur de sa stratégie d'assurance inclusive, en développant des solutions adaptées aux besoins spécifiques des publics vulnérables, en France comme à l'étranger.

Dans une logique d'amélioration continue et de co-construction, CNP Assurances inscrit sa démarche de conception produit dans une approche centrée sur les bénéficiaires. Les Directions marketing et actuariat produits s'appuient sur des études qualitatives et quantitatives menées auprès des marchés cibles pour identifier les leviers d'optimisation de la valeur perçue. Cette dynamique repose sur le principe que les personnes concernées sont les mieux placées pour exprimer leurs besoins, leurs attentes et les obstacles qu'elles rencontrent.

CNP Assurances s'appuie sur un écosystème d'innovation composé de structures internes (Lab d'innovation, plateforme de services, accélérateur de start-ups), de partenaires externes et de réseaux internationaux pour concevoir des solutions inclusives et à fort impact social.

2.6. Promouvoir la valeur perçue par le client (« Value For Money »)

CNP Assurances porte une attention particulière à la *Value For Money* du client, en s'assurant que le rapport entre les coûts supportés par l'assuré et les bénéfices qu'il en retire soit équilibré, transparent et justifiable. Cette exigence s'inscrit dans une démarche de responsabilité et de conformité aux standards du secteur, visant à renforcer la confiance des assurés et à améliorer la qualité des produits distribués.

La pertinence des garanties, la clarté des informations contractuelles, l'absence de frais dissimulés, la réactivité en cas de sinistre et la facilité de gestion constituent les fondements de cette approche. Le tarif proposé doit être proportionné aux garanties offertes, et les prestations doivent répondre de manière effective aux risques identifiés pour le marché cible.

2.7. Agir avec nos partenaires

Le Groupe CNP Assurances s'engage à favoriser une convergence entre les principes de sa politique d'Assurance Inclusive et les pratiques de ses partenaires, notamment en matière de distribution, de conformité et d'impact social.

Dans son modèle d'affaires, la commercialisation des produits est souvent assurée par des partenaires distributeurs — établissements de santé, réseaux postaux, associatifs ou bancaires, grande distribution, etc. — qui jouent un rôle essentiel dans la connaissance des clients, le recueil des besoins et la diffusion des offres inclusives auprès de publics éloignés des circuits traditionnels.

Les conventions conclues avec ces partenaires précisent les responsabilités confiées, les clauses de conformité, et les exigences en matière de lutte contre le blanchiment, le financement du terrorisme et la fraude. Elles intègrent également des engagements liés à la durabilité, à l'inclusion et à la transparence des opérations.

2.8. Développer l'impact social et sociétal

Le Groupe CNP Assurances s'engage au travers de sa politique d'Assurance Inclusive à favoriser un accès effectif à la protection pour les personnes en situation de vulnérabilité, en réduisant les inégalités d'assurabilité et en luttant contre l'exclusion financière. L'impact social recherché vise une amélioration concrète des parcours de vie : sécurisation des revenus, accès au logement, à la santé ou à l'autonomie, notamment via des produits adaptés, des services d'accompagnement et des canaux de distribution innovants.

Les impacts sociaux et sociétaux sont mesurés avec des indicateurs dédiés, spécifiques à l'assurance inclusive.

2.9. Soutenir la définition et l'évaluation des solutions d'assurance inclusive selon le cadre S.U.A.V.E.

Le Groupe CNP Assurances s'engage à développer et piloter des solutions d'assurance inclusive en cohérence avec les principes S.U.A.V.E. suivants, issus des travaux d'actuaire et d'experts du domaine de la micro-assurance.

- **Simple** : Les produits, services et processus doivent être faciles à comprendre, sans jargon technique, avec des conditions claires et des étapes simplifiées pour la souscription et la réclamation.
- **Understood** : L'assurance doit être expliquée en langage clair pour permettre aux clients de comprendre les garanties, comparer les options et prendre des décisions éclairées.
- **Accessible** : Les solutions doivent être disponibles via des canaux physiques, numériques ou alternatifs, avec des primes abordables et des modes de paiement adaptés aux revenus et aux habitudes culturelles.
- **Valuable** : Les couvertures doivent répondre aux besoins essentiels à un prix équitable, offrir un rapport qualité-prix clair et éviter toute prestation inutile qui augmenterait le coût.
- **Efficient** : Les processus doivent être optimisés pour réduire les délais et la complexité, avec des paiements rapides, des documents limités et des transactions simplifiées.

3. Gouvernance et mise en œuvre opérationnelle

Une gouvernance claire et structurée constitue le socle d'un dispositif d'assurance inclusive cohérent et efficace. À cet effet, le Groupe s'est doté d'un modèle de gouvernance articulé entre les instances centrales et les entités opérationnelles afin de garantir une mise en œuvre homogène de la Politique à tous les niveaux de l'organisation.

3.1. Structure centrale de gouvernance

- Le Conseil d'administration, sur avis de son Comité spécialisé, le Comité Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), valide la stratégie en matière d'assurance durable et inclusive du Groupe.
- La Direction Générale et le Comité exécutif sont garants du déploiement de la stratégie et de la mise en œuvre de la présente Politique. Ils s'assurent que les principes établis par la présente Politique fassent partie de la culture d'entreprise à tous les niveaux hiérarchiques.
- La Direction de la durabilité Groupe joue un rôle central dans cette Politique en veillant à ce que les processus d'assurance soient conçus et mis en œuvre de manière responsable, inclusive et efficiente. Elle agit comme un

catalyseur pour intégrer des pratiques innovantes dans l'ensemble de la chaîne de valeur de l'assurance, en s'assurant que les produits et services répondent aux besoins des populations vulnérables tout en minimisant les impacts environnementaux et sociaux. Elle s'assure également que les salariés du Groupe CNP Assurances reçoivent les formations et sensibilisations nécessaires en matière d'assurance inclusive.

- La Direction de l'expérience client est responsable de la mise en place des dispositifs de mesure de l'expérience client, de l'analyse de leurs résultats et la diffusion d'indicateurs via le cockpit client. Elle s'assure que la Politique Expérience Client est déployée et mise à jour régulièrement. Par ailleurs, elle est responsable d'animer le déploiement du programme de Langage clair au sein du Groupe CNP Assurances.
- La Direction Conformité est le garant des exigences légales et réglementaires en matière de protection de la clientèle. A ce titre, elle s'assure que les politiques et procédures internes nécessaires sont déployées et mises à jour régulièrement. Elle s'assure également que les salariés du Groupe CNP Assurances reçoivent les formations et sensibilisations nécessaires en la matière.
- Dans le cadre du processus de conception ou de refonte des solutions, la Direction marketing et actuariat produits est garante de la réalisation de tests des produits en gestation auprès des clients et plus largement des études marketing nécessaires à la bonne compréhension des besoins des clients des marchés cibles.

3.2. Déclinaison opérationnelle au niveau des entités et *Business Units*

- Dans le respect des orientations définies par la Direction de la Durabilité Groupe, chaque entité décline opérationnellement la présente Politique selon ses propres spécificités.
- Les *Business Units* sont responsables de la prise en compte des principes de la présente Politique dans le cadre de leurs activités de développement de produits et de distribution de produits d'assurance et de services. Elles s'assurent que leurs partenaires distributeurs ont des pratiques de souscription et de gestion convergentes avec les principes de la présente Politique.

4. Contrôle et reporting périodique

4.1. Contrôles

- Des contrôles de premiers niveaux sont réalisés par les métiers en charge de la création et de la distribution des solutions inclusives.
- La fonction Risques s'assure que les risques inhérents à l'assurance inclusive sont inclus dans l'analyse de risques lors de la réalisation et de la mise à jour de la cartographie des risques et mène les contrôles de second niveau.
- Une commission spécialisée a la charge de vérifier l'éligibilité des solutions d'assurance proposées par les entités et *Business Units* au Key Performance Indicator (KPI) de la Raison d'être du Groupe sur le nombre d'offres inclusives à destination de populations vulnérables.

4.2. Reporting périodique

- Un dispositif de reporting permet de suivre des indicateurs de performance et d'impact en matière d'assurance inclusive.
- La Direction de la Durabilité du Groupe établit régulièrement un rapport à destination du Comité RSE et du COMEX, incluant un bilan des principaux événements sur la période écoulée et l'avancement des initiatives en matière d'assurance inclusive.