

INTRODUCTION : DÉFINITIONS ET CHAMP D'APPLICATION DU RAPPORT

Indéniablement, les produits d'assurance prennent de plus en plus d'importance. Dans les pays de l'OCDE¹, ils accompagnent les individus, leur famille proche et leurs relations à toutes les étapes de leur vie (naissance, scolarité, santé, remplacement de revenu, incapacité, invalidité, risque de dépendance, responsabilité civile, risques majeurs, dommages aux biens, retraite, épargne, rente, etc.).

Les ménages doivent être encouragés et pourvus des moyens leurs permettant, d'une part, d'améliorer leur sensibilisation et leur responsabilité par rapport à la couverture de leur exposition globale au risque et, d'autre part, de mieux comprendre et connaître les produits et marchés de l'assurance. Pourtant les études sur ce sujet restent relativement peu développées. La plupart du temps, la question de l'éducation en matière d'assurance est traitée à travers la notion plus vaste de l'éducation financière. Cette approche généraliste apparaît pertinente puisqu'elle permet en principe aux consommateurs et aux assurés de mieux comprendre l'ensemble des produits et mécanismes financiers. Cependant, la complexité des produits d'assurance et la diversité des prestataires, ainsi que le rôle de plus en plus fondamental de l'assurance, constituent des raisons suffisantes pour chercher à savoir dans quelle mesure les différentes catégories de citoyens les comprennent effectivement et pour mieux évaluer les besoins éventuels à cet égard.

Bien entendu, il n'est certainement pas possible de déterminer un niveau d'éducation des consommateurs dans le domaine de l'assurance qui pourrait être considéré comme idéal dans tous les cas. À cet égard, les différents pays sont certainement les mieux placés pour évaluer les éventuels besoins d'éducation des consommateurs dans le domaine de l'assurance en fonction de leur situation particulière ainsi que du rôle et du champ d'application précis des marchés de l'assurance dans leur pays. En outre, la définition d'orientations et de programmes destinés à améliorer l'éducation des consommateurs doit probablement tirer parti, dans la mesure du possible, des initiatives privées ou publiques déjà en place et ne pas chercher à les remplacer ou à les reproduire.

Ainsi, aux fins de la présente étude, les objectifs et les définitions de l'éducation financière dans le secteur de l'assurance resteront généraux, reconnaissant qu'ils doivent être adaptés aux caractéristiques et aux choix de politique publique des différentes juridictions. À cet égard, si l'on tient compte de la définition générale élaborée dans l'étude de 2005 de l'OCDE : *Pour une meilleure éducation financière : enjeux et initiatives*, l'éducation financière adaptée au secteur de l'assurance est le processus par lequel les consommateurs améliorent leur connaissance des produits et concepts en matière de risque et d'assurance, et acquièrent, au moyen d'une information, d'une formation ou d'un conseil objectif, les compétences et la confiance nécessaire pour mieux comprendre les risques et les opportunités de la finance et de l'assurance, faire des choix raisonnés, savoir où trouver conseil et savoir quoi faire pour s'assurer d'une couverture satisfaisante en fonction de leur exposition au risque sur le long terme.

Sachant que :

- par information, on entendra tous les faits, données et connaissances spécifiques fournis aux consommateurs en vue de leur faire prendre conscience de leur exposition au risque et des opportunités en matière d'assurance, ainsi que des choix et conséquences possibles dans ce domaine ;
- par formation, on entendra toutes les actions de formation et d'orientation qui permettront aux individus d'acquérir les compétences et qualifications nécessaires pour comprendre leur exposition aux risques ainsi que les termes et concepts d'assurance ; et
- par conseil, on entendra toute forme de conseil donné aux consommateurs sur les risques majeurs et les questions et les produits d'assurance en général pour leur permettre de tirer le meilleur parti de l'information et de la formation qu'ils ont reçues sur les risques et les questions d'assurance².

L'éducation dans le domaine de l'assurance doit être comprise et développée dans un contexte réglementaire visant à créer les conditions permettant d'atteindre des objectifs fondamentaux d'éducation, notamment en termes de protection de l'assuré et d'amélioration de l'intégrité et de la transparence générales du marché. Cependant, le dispositif réglementaire et la protection des consommateurs doivent être distingués du processus d'éducation. Il existe effectivement des recouvrements entre les deux notions puisque toutes deux traitent d'une certaine manière de la communication et de l'apport d'informations sur l'assurance. D'un côté, l'éducation sur les questions d'assurance va au-delà de l'apport d'informations : elle vise à

intégrer l'apport d'informations de qualité (à savoir, fiables, objectives, intelligibles et pertinentes) sur la couverture des risques et les produits d'assurance de sorte que les consommateurs en aient une réelle compréhension, compétence et responsabilité. D'un autre côté, la protection des consommateurs s'intéresse à des aspects de la réglementation et de la surveillance visant à ce que les sociétés d'assurance fournissent à leurs clients les informations permettant de protéger au mieux les droits des titulaires de police, ainsi que pour établir des mécanismes appropriés de réparation. Dans cette perspective, le présent rapport ne cherchera pas à traiter de la protection des consommateurs en tant que telle, mais abordera les aspects de la protection des consommateurs et de la réglementation prudentielle dans la mesure où ils visent à encourager et renforcer la sensibilisation, les connaissances (au moyen de l'apport d'informations pertinentes) et les capacités concernant les produits et les prestataires d'assurance.

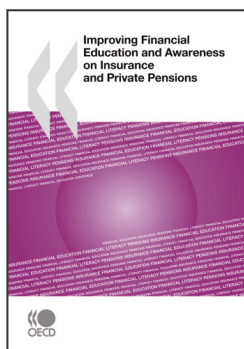
Dans cette perspective, l'apport d'informations dans le cadre de l'éducation financière doit aussi être distingué de l'exigence réglementaire impliquant que les assureurs et intermédiaires communiquent des informations. L'objectif du processus d'éducation n'est pas d'énumérer les informations qui doivent être fournies aux titulaires potentiels de police conformément à la législation mais de pallier l'asymétrie de connaissances et d'éducation. Il s'agit ici de veiller à ce que, d'une part, les consommateurs, eu égard aux spécificités de leurs besoins, disposent d'informations fiables et pertinentes et, d'autre part, à ce que les clients/titulaires de police potentiels aient effectivement compris la police et les produits auxquels ils comptent souscrire.

Dans ce contexte, le rapport s'intéresse d'abord à l'utilité d'améliorer la sensibilisation et l'éducation au risque et aux questions d'assurance. Il offre ensuite un panorama des évaluations réalisées dans certains pays de l'OCDE sur ces problématiques et en présente les principaux résultats. Il examine ensuite les rôles effectifs et possibles des principales parties prenantes dans le processus d'éducation. Enfin, il traite des différents mécanismes et outils disponibles pour améliorer la sensibilisation et l'éducation dans le domaine du risque et de l'assurance, et des avancées possibles.

Cette analyse comparative est aussi destinée à appuyer la recommandation sur les Bonnes pratiques pour améliorer la sensibilisation aux risques et l'éducation sur les questions d'assurance, approuvée par les gouvernements des pays membres de l'OCDE le 28 mars 2008 et présentée en appendice à ce rapport.

NOTES

- 1 Ce rapport couvre les 25 pays de l'OCDE qui ont répondu au questionnaire sur l'éducation financière dans le secteur de l'assurance, ainsi que la Commission européenne et des observateurs au sein du Comité des assurances et des pensions privées qui ont apporté leurs contributions, notamment Israël. Les points de vue et les contributions des associations nationales d'assureurs et de groupes fédérés – le Comité européen des assurances, et de l'Association internationale d'assureurs mutualistes (ICMIF), ainsi que de la Fédération mondiale des intermédiaires d'assurance – la WFII, et certaines associations nationales de consommateurs qui ont aussi été prises en compte et reflétées si cela s'avérait pertinent et nécessaire.
- 2 En particulier, les programmes qui proposent des recommandations concernant les produits et services d'assurance individuels sont exclus, par exemple, les conseils recommandant l'achat d'une police d'assurance X proposés par les sociétés d'assurance Y.



Extrait de :

Improving Financial Education and Awareness on Insurance and Private Pensions

Accéder à cette publication :

<https://doi.org/10.1787/9789264046399-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2011), « Introduction : Définitions et champ d'application du rapport », dans *Improving Financial Education and Awareness on Insurance and Private Pensions*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264046412-3-fr>

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.