ftusa
الجامعة التونسيّة لشركات التأمين
Fédération Tunisienne des Sociétés d'Assurances

DECEMBRE 2011
N°15

L'Echo de l'Assurance En Tunisie

Lettre de la Fédération Tunisienne des Sociétes d'Assurances

Editorial

Le code de déontologie en Assurance

La « déontologie professionnelle » est l'ensemble des règles éthiques et principes qui gèrent et guident une activité professionnelle. Elle reflète les valeurs partagées par un ensemble de professionnels, personnes morales et physiques. La déontologie naît des conflits entre des intérêts et devoirs qui surgissent dans l'exercice du métier. Elle s'est particulièrement développée dans les professions de services.

Le code de déontologie détermine, ainsi, les devoirs minimum exigibles par les professionnels dans l'accomplissement de leurs activités et établit les règles qui organisent les rapports des différents intervenants d'une profession. Il est la formalisation des règles déontologiques afin de redonner une légitimité à la morale. Il constitue un document de référence pour les professionnels et leurs clients.

Le code de déontologie évolue avec les professions. Il peut servir pour protéger la profession de certaines dérives. Moralement, il a plus d'impact que la peur d'éventuelles sanctions.

Pratiquement, différentes professions à l'échelle nationale et internationale ont développé leurs codes de déontologie. Ainsi peut- on parler de déontologie des journalistes, des médecins, des avocats, des architectes, des commissaires aux comptes, des experts comptables, des chirurgiens, des dentistes, etc.

Quant au secteur des assurances tunisien, la FTUSA a développé un projet de code de déontologie régissant les relations des différents intervenants à savoir les entreprises à forme mutuelle ou anonyme, les agents d'assurances, les courtiers, les experts en assurance, etc.

Un tel code peut constituer un show-room et une vitrine reflétant au public, aux secteurs professionnels le degré de structuration et de progrès de la profession d'assurance en Tunisie. Il rétorque la réputation infecte et sulfureuse qui caractérise le marché et les entrprises d'assurances auprès de certaines personnes. De ce fait, il peut permettre à la profession de regagner la confiance de ses clients et même d'en attirer d'autres.

Sur un autre plan, la création d'une stucture de conformité, qui peut être intégré au sein de la FTUSA, peut conférer à ce code une légitimité certaine et une force approbatrice indispensable au respect des valeurs et règles partageés et inscrites dans le code. Cette structure sera chargée du suivi de l'application du dit code et des lois, réglementations et normes professionnelles. Elle doit être dotée des pouvoirs indispensables lui permettant de trancher les différends se rapportant notamment à la fraude en matière l'assurance, aux conventions et accords établis au sein de la FTUSA, à la concurrence déloyale et en général au respect des règles et principes déontologiques.

Enfin, une « Maison d'assurance » à fonder participera à la concrétisation des objectifs explicites ou tacites de ce code dans la mesure où elle constituera un espace approprié pour établir des liens solides, professionnels et extra- professionnels entre les différents intervenants du secteur des assurances, chose qui mène à consolider le sentiment d'union et d'appartenance.

Kamel CHIBANI

SOMMAIRE

Editorial
Le code de déontologie en assurance 1

Dossier
Règles et principes déntologiques en assurance ..... 2 & 3

Actualité ..... 4 & 5

RÈGLES ET PRINCIPES DÉONTOLOGIQUES EN ASSURANCE

Préface

Il est indispensable que les entreprises d'assurances tunisiennes croient fermement, qu'a part les promesses contractuelles et le cadre légal qui clarifient leurs obligations vis-à-vis de leurs clients, la transparence, le professionnalisme, la discrétion, la diligence, l'équité, la loyauté et l'intégrité soient les qualités dont elles doivent se doter pour instaurer un climat de confiance pérenne leur permetant d'améliorer leur image de marque.

De ce fait, un référentiel déontologique s'est avéré nécessaire pour que le secteur s'autorégule en instaurant un cadre sain et loyal de nature à lui permettre de promouvoir sa réputation auprès du public. Ce réferentiel est conçu pour rappeler à chaque intervenant ses obligations découlant de la législation mais aussi ses devoirs moraux envers les assurés et ses confrères et pour définir les meilleurs voies et moyens facilitant l'instauration d'un climat favorable à l'exercice de l'activité d'assurance.

Un code de déontologie est donc un ensemble de règles et des devoirs qui régissent une profession, la conduite de ceux qui l'exercent ainsi que les rapports entre ceux-ci, leurs clients, le public et l'environnement en général. Ses dispositions concernent tous les intervenants agissant dans le secteur des assurances.

les principales règles déontologiques en assurance sont:

1- Commercialiser des contrats compréhensibles :

* L'Assureur est tenu de présenter au public des contrats d'assurances non compliqués et compréhensibles notamment en ce qui concerne les clauses contractuelles limitant les droits et les engagements telles que celles relatives à la déchéance, la prescription, la franchise et celles arrêtant les procédures et les délais d'indemnisation.

2- Commercialiser des contrats adéquats aux besoins des assurés :

* L'Assureur doit, en traçant sa politique de commercialisation, accorder un intérêt particulier aux contrats d'assurances présentés au public.
Il est tenu de diversifier l'offre des produits d'assurances dans la recherche de réponses aux besoins, attentes et aspirations des demandeurs de l'assurance.

3- Devoir de garder le secret professionnel et de respecter la vie privée :

* L'Assureur est tenu de garantir la confidentialité des données personnelles relatives à ses clients et à toutes les autres personnes concernées par un contrat d'assurance..

4- Devoir général d'information :

* L'Assureur, de par ses connaissances du métier et de ses rouages, pèse sur lui une obligation générale d'information et de conseil des assurés et bénéficiaires des contrats d'assurance.

* Par ailleurs, il doit s'assurer que l'acceptation du demandeur d'assurance est exempte de tout vice, de toute ignorance ou dol.

* L'Assureur informe ses clients de toute évolution significative dans le suivi de leurs dossiers et de la situation de leurs contrats.

5- Devoir général de conseil :

* L'Assureur suggère à ses clients les mesures de prévention utile à une réduction des risques et à la préservation du patrimoine et qui peuvent éventuellement entraîner une modération du montant des primes.

* Il est tenu, ainsi, d'orienter et de fournir ses recommandations à l'assuré dans toutes les étapes

du contrat notamment quant aux choix des risques à garantir et les procédures à suivre en cas de sinistre.

6- Devoir général de publicité :

* L'Assureur est tenu de mettre à la disposition de sa clientèle et demandeurs d'assurance et notamment dans ses locaux commerciaux, toutes les informations relatives aux produits d'assurances, aux tarifs... à la démarche d'indemnisation et de recours ainsi que les documents et les imprimés nécessaires à la souscription de contrats et aux sinistres.

* De même, l'Assureur doit s'abstenir de pratiquer toute publicité mensongère.

7 - Devoir de courtoisie et d'équité à l'égard de la clientèle :

* L'Assureur s'oblige de soigner l'accueil en mettant à la disposition de sa clientèle des espaces appropriés et un personnel qualifié, présentable et accueillant.

* En outre, il est tenu d'instituer une écoute permanente de la clientèle « service clientèle » chargé de traiter et de répondre dans des délais raisonnables à toutes les réclamations et de présenter tous les éclaircissements exigés et assurer une suite écrite à toute réclamation écrite, même si celle-ci s'avère non fondée.

8 - Rendre un service après vente de qualité:

* L'Assureur doit avoir le souci d'établir une relation de confiance réciproque avec sa clientèle en faisant preuve de transparence lors de la conclusion des contrats d'assurances, de respect des engagements qui y sont rattachés et en cas de sinistre à l'octroi d'une indemnisation équitable dans des délais raisonnables.

9- Lutter contre l'escroquerie et la fraude à l'assurance :

* L'Assureur a le devoir de prendre toutes les dispositions d'audit et de contrôle visant à éviter et à se prémunir de la fraude et de l'escroquerie à l'assurance.
A ce titre, il ne doit ni cautionner, ni favoriser, ni taire, ni se rendre complice d'escroquerie ou de fraude avec l'assuré, un confrère de corps ou de secteur.

10 - Devoir d'union et de solidarité :

* L'Assureur, tenu par l'obligation de consolider l'action interentreprise commune, doit œuvrer pour établir une tradition de coordination et de consultation sur les différents sujets et questions, d'ordre technique, économique ou social touchant le secteur des assurances
* En outre, il est indispensable qu'il agisse en concertation et en toute solidarité face aux défis et mutations nationaux ou internationaux.

11- Devoir de confraternité :

Un secteur concurrentiel n'implique pas le désordre et la malfaisance, ainsi :

* L'Assureur doit éviter d'accomplir tout acte de nature à nuire aux intérêts mutuels.

* Les Assureurs doivent conjuguer leurs efforts pour assainir le secteur des assurances en mettant fin au désordre, notamment en matière de tarification.

12- La non concurrence déloyale :

* IL est indispensable que les Assureurs respectent les tarifs réglementaires ou légaux et aussi les accords tarifaires interentreprises.

* En outre, ils doivent s'abstenir de commercialiser des produits avec des tarifs en deça du coût du risque .

13 - Respecter l'environnement institutionnel et les secteurs voisins :

* L'Assureur est tenu de respecter les textes législatifs et réglementaires généraux et spécifiques en vigueur qui organisent le secteur des assurances.
Il doit aussi apporter sa participation et aide aux différentes institutions et organismes.

* L'Assureur est tenu, en outre d'investir les opportunités de partage et d'échange des expériences et intérêts avec d'autres secteurs et d'établir avec eux des relations privilégiées.

FTUSA

Assurance islamique : Les défis et les opportunités de croissance

La 7ème Conférence Annuelle Mondiale Takaful (WTC 2012) aura lieu les 16 et 17 avril 2012 à Dusit Thani, Dubaï. WTC 2012 ouvrira de nouveau la voie à plus de 400 dirigeants de l'industrie à s'engager dans des discussions critiques qui se focaliseront sur les débouchés des nouvelles opportunités de croissance et sur la planification de l'avenir de l'industrie mondiale Takaful.

Progression de plus de 6% du chiffre d'affaire au premier semestre 2011

Le chiffre d'affaires du secteur des assurances a enregistré une croissance de 6,1% passant de 619,6 MD, au premier semestre 2010, à 657,4 MD au cours de la même période de 2011.
La branche assurance automobile qui accapare 45% du chiffre d'affaires réalisé par le secteur, a atteint 295,7 MD au 30 juin 2011, contre 281,9 MD au cours de la même période de 2010, soit une évolution de 4,9%.
S'agissant de la branche «Assurance vie» (12,6% des règlements du secteur), l'évolution a atteint 7,3%, passant de 77,1 MD au premier semestre 2010 à 82,7 MD au cours de la même période de 2011.
Au cours des six premiers mois 2011, les autres activités (42,4%) ont réalisé un chiffre d'affaires de 279 MD contre 260,6 MD au cours de la même période 2010, soit une évolution de 7,1%.
Les montants des indemnisations sinistres accordés par les sociétés d'assurances ont enregistré une progression de 11,4%, passant de 249,6 MD au premier semestre 2010 à 278 MD au cours de la même période de 2011.
Les sinistres reglès en branche automobile (56% des règlements du secteur) ont atteint 155,7 MD au 30 juin 2011, contre 146,9 MD au cours de la même période de 2010, soit une évolution de 6%.
En ce qui concerne la branche «Assurance vie», elle à engristré une évolution de 26,6%, passant de 13,9 MD au premier semestre 2010 à 17,6 MD au cours de la même période de 2011.
Les autres produits ont progressé de 17,9%, passant de 88,8 MD au 30 juin 2010 à 104,7 MD au cours de la même période de 2011.

Le Marathon Comar post- révolution

La 26ème édition du Marathon Comar qui a eu lieu le 13 Novembre dernier a été, en fait, le premier Marathon post- révolution. Il a eu lieu ainsi avec un enthousiasme particulier et dans un esprit d'engagement plus prononcé qu'auparavant. C'est que dans l'environnement actuel de la Tunisie, ce Marathon est appelé à consolider son rôle touristique, culturel et sportif pour qu'il participe au renouveau économique du pays. Crée, en effet, en 1986, le Marathon Comar ou Le Marathon de la ville de Tunis a beaucoup gagné en maturité. Cette compétition pédestre s'est confirmée d'une année à l'autre jusqu'à atteindre le profil d'un événement international à dimensions multiples devant ainsi participer à porter haut l'étendard de la Tunisie.

AMI Assurances récompense 150 conducteurs «attentifs»

AMI Assurances a organisé mercredi 16 novembre 2011 à Tunis une cérémonie en l'honneur des conducteurs les plus attentifs parmi ses adhérents. A cet égard, son directeur général a remis à chacun des 150 conducteurs qui n'ont pas été à l'origine d'accidents durant l'été de 2011, une attestation d'assurance gratuite offerte par AMI Assurances. Notons que cette initiative s'inscrit dans le cadre de la contribution d'Ami à la lutte contre les accidents de la route. Il est opportun de rappeler les répercussions de ce fléau. Ainsi, depuis le début de l'année jusqu'au début septembre dernier, le nombre d'accidents s'est- il élevé à 5347, soit une régression de 10,6% par rapport à la même période de l'année précédente. Mais le nombre de victimes est toujours élevé : 985 décès et 7945 blessés

STAR : Plan stratégique 2010- 2014

L'exercice 2010 a vu le démarrage des travaux de mise en place des jalons pour la réalisation des orientations du plan stratégique 2010-2014.
En effet, les efforts consentis tout au long de l'année 2010 par l'ensemble du personnel de la société avec l'apport de son partenaire stratégique Groupama dont l'expérience dans le secteur est centenaire, doivent porter leurs premiers fruits au cours de cette année. La nouvelle étape pour la Star qui commence cette année doit se matérialiser par :
1- Le relookage de la signalétique de la société et l'aménagement moderne et ergonomique des espaces de travail pour ses points de vente, reflétant une identité rajeunie tournée résolument vers l'avenir,
2- Le lancement de nouveaux produits répondant mieux aux attentes évolutives du marché,
3- L'amélioration des services rendus à la clientèle.

GAT Assurances parraine l'opération "Madrassati 2011"

Pour GAT Assurances, l'expérience des évènements passés montre que la grandeur de la société tunisienne repose sur le développement de l'esprit et la maturité de nos jeunes, et qu'à l'éducation incombe le rôle d'éveiller les vocations.
Consciente que les moyens éducatifs doivent servir cette cause, GAT Assurances, en tant qu'entreprise citoyenne, parraine une action de bienfaisance à l'échelle nationale : « إليك يا مدرستي »
Dans le cadre de cette opération de grande envergure, GAT Assurances met en œuvre des moyens financiers et implique son personnel dans la collecte des dons et dans la distribution des affiches de l'opération à travers tout le réseau de ses agences.

Nouvelles enseignes pour les agences du LLOYD TUNISIEN

Les assurances LLOYD TUNISIEN comptent lancer très prochainement une campagne de relookage de l'ensemble des enseignes de son réseau d'agences.

Projet d'un contrat programme entre la secteur des assurances et le secteur public

Le comité général des assurances vient d'établir un projet d'un contrat programme devant clarifier et codifier les relations de travail et de partenariat entre le secteur des assurances et le secteur public.
S'étendant sur la période 2012- 2016, ce contrat programme a pour objectif d'introduire un grand nombre de reformes dans le secteur des Assurances.
Ces reformes concernent les axes suivants:
* Premier axe: La promotion du secteur des assurances et la consolidation de sa solvabilité et les prestations rendues conformément aux normes internationales.
* Deuxième axe: La consolidation du rôle de développemental du secteur et l'affermissement de sa participation dans le financement des activités économiques du pays.
* Troisième axe : L'élargissement des couvertures du secteur des assurances.
* Quatrième axe :Le soutien des éfforts de la prévention.
* Cinquième axe : L'amélioration des services rendus par le secteur.
* Sixième axe : La nécessité de combattre la fraude en assurance.
* Septième axe : La formation et la promotion des moyens humains opérant dans le secteur.
* Huitième axe : La communication pour une plus grande sensibilisation et une meilleure perception vis-à-vis du secteur.
* Neuvième axe : La poursuite de la révision et de la modification du cadre législatif du secteur.

Notons qu'une commision de suivi sectorielle a été formée en vue d'approfondir l'étude de ce projet.

Catastrophes naturelles : coût record pour les assureurs en 2011

Selon la revue « la Tribune : Entrprise & Finance», les catastrophes naturelles ont été évaluées à 108 milliards de dollars pour les assureurs en 2011. Pour les réassureurs, le montant atteint 350 milliards, selon Swiss Re.
L'année 2011devrait être la plus coûteuse de l'histoire de l'assurance avec un total de 108 milliards de dollars pour les dommages assurés, explique Swiss Re dans une étude publiée dernièrement. Le montant total des dommages est estimé à 350 milliards de dollars, indique le numéro deux mondial de la réassurance.
2011 détrône ainsi 2005, année pendant laquelle l'ouragan Katrina avait ravagé la Nouvelle-Orléans. Mais cette année a été notamment marquée par des tremblements de terre en Nouvelle-Zélande, un tsunami au Japon et des inondations en Thaïlande.

TAKAFEL Assurance : M. Akrem BEN SASSI DG

Monsieur Akrem BEN SASSI est désigné DG de TAKAFEL Assurance. Cette entreprise est affiliée à la Féderation Tunisienne des Assurances

Tunis Re : Augmentation du capital de 30 MD

Le conseil d'administration de Tunis Re, réuni le 16 décembre 2011, a décidé de réaliser l'augmentation du capital social telle que décidée par l'AGE du 6 décembre 2010, d'un montant de 30 Millions de Dinars pour le porter de 45 à 75 Millions de Dinars.

L'Echo de l'Assurance

Lettre de la FTUSA
9 bis, rue de la Nouvelle Delhi
1002 Tunis-Belvédère
Tél : 71 905 590 / Fax : 71 908 422
E-mail: ftusa@planet.tn
Site :www.ftusanet.org

Directeur de la publication
Kamel CHIBANI

Rewriting, conception et impression :
Image SBS
Tel: 71 902 551
Fax: 71 901 729
E-mail:
image.sbs@topnet.tn

صـدى التـأمين

رسالة الجامعة التونسية لشركات التأمين
9 مكرر نهج دلهي الجديدة 1002
تونس-البلفيدير
الهاتف : 71 905 590
الفاكس: 71 908 422
الموقع الإلكتروني:
www.ftusanet.org

مدير النشرية
كمال الشّيباني

إنجاز
وكالة التميز س ب س
الهاتف: 71 902 551
البريد الإلكتروني:
image.sbs@topnet.tn

إحصائيات

تطبيقا للقانون عدد 98 لسنة 2000 المؤرخ في 25 ديسمبر 2000 المتعلق بقانون المالية لسنة 2001 و خاصة الفصول من 35 إلى 39 منه المتعلقة بإحداث صندوق ضمان المؤمن لهم و للمرسوم عدد 40 لسنة 2011 المؤرخ في19 ماي 2011 المتعلق بجبر الأضرار الناتجة عن الإضطرابات والتحركات الشعبية التي شهدتها البلاد تدخل صندوق ضمان المؤمن لهم لتعويض الأضرار الناتجة عن الإضطرابات والتحركات الشعبية إلى موفى شهر نوفمبر 2011 (المؤسسات المتوسطة والكبرى) كما يلي :

القطاعات	عدد الملفات المعروضة على اللجنة	عدد الملفات التي لا يشملها مجال التعويض	عدد الملفات التي وقعت المصادقة على تعويضها	مبالغ التعويض (الدينار)	ملفات قيد المصادقة عليها		
					إعادة الإختبار	تعميق دراسة الملف	المجموع
الفلاحة	113	5	66	5 829 935 ,745	34	8	42
التجارة	166	15	93	6 918 268 ,139	48	10	58
الصناعة	72	11	44	8 415 892 ,718	12	5	17
الخدمات	48	7	19	1 003 682 ,960	17	5	22
المجموع	399	38	222	22 167 779 ,571	111	28	139

القواعد التنظيمية لسلوكيات سوق التأمين

إن قطاع التأمين هو قطاع خدمات وقطاعات الخدمات هي تنافسية بإمتياز بما يجعل من فكرة تجميع مختلف المتدخلين فيه تحت سقف واحد من الأخلاقيات والمبادىء أمر صعب جدا. ورغم ذلك فإن إنخراط الجميع تحت مبادىء تنافسية مشتركة أمر ضروري لتحقيق حدّ أدنى من التنظيم والتنسيق ومن أهم هذه المبادئ يمكن ذكر ما يلي:

1. مبدأ ترويج عقود تأمين واضحة ومبسطة

إنّ المؤمن مطالب بأن يعرض على العموم عقود تأمين مبسطة وغير معقدة في قراءتها وفهمها حتى يكون وضوحها محفزا على التعاقد لا منفرا منه خاصة فيما يخص الشروط التعاقدية التي تحد من الحقوق والواجبات والتي تتعلق بسقوط الحق والتقادم وتضبط إجراءات وآجال التعويض... إلخ إن تبسيط عقود التأمين المروجة من شانه أن يقوي ثقة المواطن في مؤسسة التامين وفي الخدمات التي تقدمها.

2. مبدأ ترويج عقود تأمين تتماشى وحاجيات طالبي التأمين

يفترض أن يولي المؤمن العناية اللازمة لمعرفة الحاجيات الحقيقية لطالب التأمين وتحديد رغباته التأمينية و أن يعمل على تنويع خدماته بما يلبي تلك الحاجيات. وهذا يعني أنه من غير المستحسن التأثير عليه وتوجيهه للتعاقد فيما لا يرغب فيه أو فيما لا يلبي حاجياته الفعلية او أن تفرض عليه شروط مجحفة خاصة وأن عقد التامين يصنف من بين عقود الإذعان.

3. مبدأ المحافظة على السر المهني وحماية المعطيات الشخصية واحترام الحياة الخاصة لطالب التأمين

إن هذه القواعد الأخلاقية تحميها عادة القوانين وحتى الدساتير لذا من مصلحة مؤسسة التامين المحافظة على المعطيات التي قد تتوفر لديها والتي تتعلق بالحياة الخاصة للحرفاء وعدم إطلاع العموم عليها.

4. مبدأ الإعلام والإرشاد

إن المؤمن، بصفته محترفا لنشاط التامين بما يعني انه مدرك لكل مراحل عقد التامين، فإنه يتوجب عليه إعلام وإطلاع طالب التامين على محتوى العقد والضمانات التي يشملها وحدودها أي ان يحرص على ان تكون إرادة طالب التامين عند التعاقد سليمة وخالية من كل عيب او جهل أو تغرير.

كما يتوجب عليه تسليمه قبل أي توقيع على العقد كل الوثائق اللازمة التي تمكنه من تحديد ما له وما عليه من حقوق وواجبات وتساعده على فهم مضمونها.

كما يفترض أن تقوم مؤسسة التامين بنصح المؤمن له بإتخاذ إجراءات الوقاية الضرورية للتقليل من إمكانية حدوث المخاطر بما من شانه أن يؤدي إلى تخفيض في قسط التامين وان ترشده عند كل مراحل العقد خاصة في مسألة إختيار الضمانات والإجراءات المتبعة عند حدوث الخطر.

5. واجبات الإشهار

إنّ المؤمن مطالب بأن يضع على ذمة طالبي التأمين وخاصة في الفضاءات المخصصة لإكتتاب عقود التامين كل المعلومات المتعلقة بالضمانات المعروضة والتعريفات والإجراءات الواجب إتباعها عند مختلف مراحل التعويض وكذلك المطبوعات الضرورية لإكتتاب عقود التامين.

6. واجب المعاملة الحسنة والمساواة بين الحرفاء

يتوجب على مؤسسات التأمين حسن معاملة واستقبال الحرفاء. ومن المهم أن تبعث المؤسسات خلايا مهمتها تقبل شكاوي ومكالمات الحرفاء والرد عنها حتى وإن كانت غير مؤسسة قانونيا.

7. واجب تقديم خدمات ذات جودة بعد البيع

لا يجب ان ينحصر إهتمام المؤمن في إكتتاب العقد وتسلم قسط التأمين فقط بل من المفترض أن يعمل على تقديم خدمات ذات نوعية وجودة عالية بعد الإكتتاب وذلك خاصة بتنفيذ إلتزاماته المترتبة عن العقد والعمل، عند تحقق الخطر، على التعويض عن الضرر تعويضا عادلا وفي آجال معقولة.

8. واجب الإتحاد والتضامن

إنّ مؤسسات التأمين مطالبة بدعم العمل المشترك وترسيخ تقاليد التعاون والتشاور فيما بينها في كل المسائل الفنية والإقتصادية والإجتماعية التي تتعلق بالتأمين. كما يفترض أن تعمل معا لمواجهة كافة التحديات الداخلية والعالمية ولتطوير قطاع التأمين.

9. واجب التنافس النزيه

من المهم جدا أن تتنافس مؤسسات التامين في إطار الشفافية واحترام القوانين والتراتيب المنظمة للمهنة واحترام الإتفاقيات المبرمة فيما بينها خاصة تلك المتعلقة بالتعريفات.

كما أن التنافس النزيه يفترض عدم ترويج ضمانات بتعريفة غير متوازنة حتى في غياب إتفاقيات تعريفية.

10. واجب احترام المحيط المؤسساتي والقطاعات الأخرى

من مصلحة مؤسسات التأمين احترام محيطها المؤسساتي وبناء علاقة تعاون معها ومن المهم أيضا بالنسبة للقطاعات المهنية الأخرى أن تعمل على التواصل معها وتبادل التجارب والمصالح وبناء علاقات مميزة معها.

الجامعة

مدى التأمين في تونس

عدد 15
ديسمبر 2011

ftusa
الجامعة التونسيّة لشركات التأمين
Fédération Tunisienne des Sociétés d'Assurances

رسالة الجامعة التونسية لشركات التأمين

إفتتاحية

اللائحة التنظيمية لسلوكيات سوق التأمين

تعرّف عادة « la déontologie » بأنها مجمل القواعد السلوكية و المبادئ التي تنظم مهنة ما و بالتالي فهي تعكس القيم المهنية التي يشترك فيها عدد من المهنيين سواء كانوا أشخاصا طبيعيين أو مؤسسات.

وتنتج هذه السلوكيات والمبادئ عادة عن تضارب المصالح والواجبات لمختلف المتدخلين في المهنة.

أما «اللائحة التنظيمية لسلوكيات المهنة» فتحدد الواجبات المحمولة على المهنيين عند ممارستهم لنشاطهم وتنظم العلاقات بين كافة المتدخلين. وبذلك فإنها تضفي على ما هو معنوي وأدبي صبغة الشرعية كما تمثل مرجعا للمهنيين وحرفائهم. وعادة ما تتطور اللائحة بتطور المهن وتشعب العلاقات فيها.

وقد أنجزت عدة مهن على المستوى العالمي، كل على حدة، دليلا للأخلاقيات خاص بها أو لائحة تنظيمية للسلوكيات كمهنة الصحافة والمحاماة والمهندسين المعماريين و الأطباء..الخ.

وبالنسبة لقطاع التأمين فإنّ الجامعة التونسية لشركات التأمين أعدت مشروع لائحة تنظيمية لسلوكيات سوق التأمين تتضمن مختلف المبادئ والقواعد الأخلاقية التي يفترض أن يتقيد بها مختلف المتدخلين.

إن دليل «أخلاقيات المهنة أو لائحة السلوكيات» يمثل واجهة تعكس مدى تنظيم و تطور مهنة التأمين في تونس و ذلك سواء في نظر العموم أو المهن و القطاعات الأخرى التونسية أو قطاع التأمين العالمي. كما يساعد أيضا على دحض النظرة السلبية التي يحملها بعض المواطنين عن مؤسسات التأمين والخدمات التي تقدمها. وبالتالي فانه يساهم في ربط الثقة بينهم و بين تلك المؤسسات بما يمكن هذه الأخيرة من المحافظة على حرفائها و جلب حرفاء جدد.

و يمكن في هذا الإطار إنشاء، على مستوى الجامعة، « هيئة أو لجنة» تتولى متابعة حسن تطبيق واحترام القواعد و المبادئ الأخلاقية التي يتضمنها الدليل أو لائحة السلوكيات. كما من شأن هذه الهيئة أن تضفي على هذا الدليل شرعية و القوة الملزمة الضروريتان. ومن المستحسن أن تتمتع هذه الهيئة بصلاحيات فض النزاعات التي قد تنشأ وقد تتعلق بالتحيل في التأمين و بتطبيق الإتفاقيات المبرمة صلب الجامعة و بالتنافس غير النزيه...الخ.

كما أن إنشاء «دار التأمين» من شأنه أن يدفع إلى تحقيق الأهداف المعلنة وغير المعلنة لهذا الدليل ذلك أنها تمثل إطارا مناسبا لتوطيد العلاقات المهنية وغير المهنية وبالتالي تدعيم الشعور بالوحدة والإنتماء بين مختلف المتدخلين في قطاع التأمين.

كمال الشيباني

الفهرس

إفتتاحية
اللائحة التنظيمية لسلوكيات سوق التأمين 1
متابعات
القواعد التنظيمية لسلوكيات سوق التأمين 2
إحصائيات
تدخل صندوق ضمان المؤمن لهم 3