

La philosophie de tarification

Problématique Actulab

FRANÇOIS BORNAIS-DOUCET
NICOLAS DUBUC
ZHAO YANG LUO

2026-03-16

beneva

Agenda

01 Qui sommes-nous?

02 La problématique

03 Les attentes

Qui sommes-nous?

Présentateurs

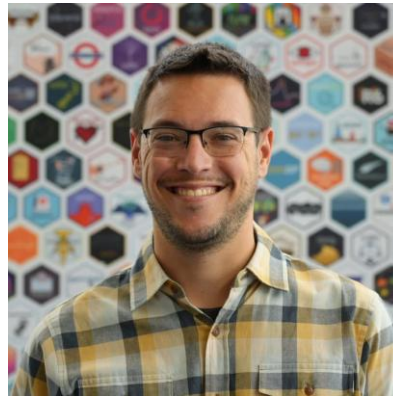


Nicolas Dubuc, FCAS, FICA 

nicolas.dubuc@beneva.ca

Conseiller actuariat

Actuariat assurance des particuliers - Courtage



François Bornais-Doucet, FCAS, FICA 

Conseiller expert actuariat

Analytique d'affaires et solution de tarification



Zhao Yang Luo, AICA 

Analyste actuariat

Actuariat assurance des particuliers - Direct

Beneva

La plus grande mutuelle d'assurance au pays comptant 3,5 millions de membres.

Née du regroupement de La Capitale et de SSQ Assurance en 2020, elle compte plus de 5 500 employés dévoués : des gens qui protègent des gens.

Son approche bienveillante, fondée sur ses valeurs humaines partagées par ses employés, s'ancre dans ses racines mutualistes.

Informations corporatives



Beneva l'assureur

- Beneva se positionne sur le marché comme étant compétitive, performante, unique et pérenne. Elle a l'avantage de pouvoir accompagner ses membres à toutes les étapes de leur vie, grâce à son offre multiproduits.
- Son positionnement dans l'industrie :

	Rang Québec	Rang Canada
Assurance collective	1	5
Assurance de dommages	3	11
Assurance et rentes individuelles	5	8

**Rang global
selon les primes totales :**

- Québec : 3
- Canada : 8

Informations corporatives



Beneva la mutuelle

Qu'est-ce qu'une mutuelle? Une mutuelle est une entreprise collective de prévoyance volontaire où les membres, unis par l'esprit de solidarité, s'associent pour se protéger de certains risques tels que les accidents ou les maladies. C'est une structure démocratique où chacun peut contribuer.

- Nous croyons fermement au modèle mutualiste. Le mutualisme fait partie des orientations stratégiques de Beneva.
- Une mutuelle comme Beneva travaille pour ses 3,5 millions de membres et priorise leurs besoins et intérêts, tout en veillant au bien-être de ses employés et en s'impliquant dans sa communauté, notamment en prévention de l'anxiété.
- Comme mutuelle, Beneva mise sur la croissance durable : ce qui signifie de prendre en compte les répercussions sociales et environnementales de chaque décision pour atteindre une performance financière.

La problématique

Le cadre

Assurance de dommages au Québec

Automobile personnelle : véhicules de tourisme, motocyclettes, motoneiges, véhicules tous terrains, remorques, etc.

Habitation : propriétaires occupant, locataires occupant, copropriétaires, immeubles locatifs, résidences saisonnières, etc.

Définitions de prime

Prime chargée : prime que l'assuré paie

Prime visée : prime que l'assuré devrait payer pour avoir la rentabilité globale ciblée

La base

Atteindre le niveau désiré de rentabilité

Au global : l'assurance de dommage au complet

prime chargée totale = prime visée totale

Au niveau individuel : chaque individu amène le même niveau de rentabilité*

prime chargée individuelle = prime visée individuelle

** dans un monde idéal*

Pour plus de détails, voir les quatre principes de tarification de la CAS.

<https://www.casact.org/sites/default/files/2021-05/Statement-Of-Principles-Ratemaking.pdf>

Et pourquoi pas le même niveau de rentabilité individuel?

Marché compétitif : Beneva pourrait être exclue de certains marchés.

Accessibilité : certaines personnes seraient incapables de payer la juste prime.

Objectifs de croissance : il faut respecter des cibles de croissance pour certains créneaux.

Rabais commerciaux : certains groupes d'assurés ont des rabais basés sur des partenariats.

Incertitudes des modèles : les modèles de rentabilité sont moins précis pour les cas où il y a moins de données.

Révision des modèles



Concept

Par exemple, un assuré achète une assurance à 1000 \$ valide pour un an.

Situation 1 : Pendant son terme, Beneva révisé ses modèles avec des informations plus à jour et découvre qu'il devrait payer 1200 \$.

Situation 2 : Pendant son terme, Beneva révisé ses modèles avec des informations plus à jour et découvre qu'il devrait payer 800 \$.

Cet assuré se retrouve donc avec un écart théorique pour les prochains renouvellements.

Comment encadrer les écarts entre la prime visée et la prime chargée individuelle?

Votre rôle

Imaginez que vous êtes un actuaire conseil engagé par Beneva pour déterminer la « Philosophie de tarification en assurance de dommages » de Beneva.

Définition d'une philosophie de tarification

Sachant que :

Nous avons une cible de rentabilité à respecter au niveau global.

Nous avons des cibles de croissance à respecter dans certaines sous-catégories.

Nous sommes une entreprise qui mise sur la croissance durable.

Il faut être capable de répondre aux questions suivantes :

Éléments qui composent une philosophie de tarification



Concept

Comment réajuster les assurés qui ont une prime visée vraiment plus élevée que la prime chargée?

Et dans le cas contraire, qu'est-ce qui doit être fait avec les assurés où la prime chargée est nettement supérieure à la prime visée?

Lors d'une soumission, pour un client potentiel qui a une prime chargée chez le compétiteur inférieure à la prime visée Beneva, jusqu'où Beneva devrait déroger de la prime visée?

Finalement, pour les assurés les plus fidèles (ceux que nos modèles nous indiquent qu'ils ne magasineront pas), qu'est-ce qui doit être fait avec leur prime au renouvellement?

Mandat

La philosophie de tarification doit couvrir la question principale :

Comment encadrer les écarts entre la prime visée et la prime chargée individuelle?

Et les quatre sous questions précédentes :

Prime visée >>> Prime chargée

Prime visée <<< Prime chargée

Prime visée >>> Prime chargée compétiteur

Probabilité de magasinage ≈ 0

Hypothèses

Supposez que vous avez accès aux éléments suivants pour prendre des décisions et écrire votre philosophie. **Les données ne vous sont pas fournies pour écrire la philosophie.**

Modèles disponibles et jugés performants :

- Prime visée pour chaque assuré

- Probabilité d'acheter un nouveau produit

- Probabilité de magasiner au renouvellement

- Probabilité de renouveler

Types de données qui seraient à votre disposition :

- Données du recensement du Canada par code postal

- Données propres au produit (caractéristiques du véhicule ou de l'habitation)

- Données propres à l'assuré (âge, cote de crédit, expérience, etc.)

Nouvelle affaire

Voici un exemple pour démontrer comment certains modèles pourraient être utilisés.

Situation :

Un client potentiel appelle Beneva pour faire une soumission, il nous fournit ses informations nécessaires à la tarification.

Probabilité de vendre la soumission

Identifiant	Prime chargée / Prime visée - 1			
	- 2 %	0 %	2 %	4 %
1	10 %	9 %	8 %	7 %
2	12 %	11,8 %	11,5 %	11 %
3	8 %	5 %	3 %	2 %
...	...	...	...	...

Note :

Pour augmenter la rentabilité (passer de -2% à 0% par exemple), il faut proposer une prime chargée plus élevée. Pour le même client potentiel, une prime chargée plus chère veut dire qu'il a moins de chance d'acheter.

Renouvellement

Voici un exemple pour démontrer comment certains modèles pourraient être utilisés.

Situation :

Un client se fait renouveler automatiquement. Selon la variation de prime qu’il reçoit entre son terme précédent et son prochain terme détermine la probabilité qu’il reste avec Beneva pour un terme de plus.

Probabilité de conserver la police

Identifiant	Probabilité de magasinage	Prime chargée / Prime visée - 1		
		- 2 %	0 %	2 %
1	15 %	9 %	8 %	7 %
2	20 %	11,8 %	11,5 %	11 %
3	2 %	5 %	3 %	2 %
...	...	...	...	...

Note :

Pour augmenter la rentabilité (passer de -2% à 0% par exemple), il faut proposer une prime chargée plus élevée. Pour le même client, une prime chargée plus chère veut dire qu’il a moins de chance de renouveler, mais sa probabilité de magasinage est basée uniquement sur ses caractéristiques (âge, sexe, etc.).

Tests d'application

Tests d'application



Concept

Après avoir répondu à la grosse question et aux sous-questions, vous avez les fondements d'une philosophie de tarification.

Pour la voir en application, vous pouvez répondre aux tests d'application.

Ces tests ne font pas partie directement de la philosophie de tarification. Toutefois, ce sont des problèmes concrets qui nécessitent une philosophie claire pour y être répondus. Voyez cela comme une décision opérationnelle que Beneva prendrait en ayant sa philosophie en tête.

Si la philo de tarif répond explicitement au test d'application, elle passe le test!

Comment rééquilibrer les taux après un changement de marché?

La COVID a changé les habitudes de conduite et a amené une diminution de la prime visée dans les produits automobiles :

Si nous donnons des plus gros rabais à ceux qui font du télétravail, est-ce que c'est correct pour les autres métiers (infirmières, travailleurs de la construction, etc.)?

Est-ce que nous devons rééquilibrer absolument la prime chargée avec la prime visée en automobile ou nous pourrions en profiter pour baisser la prime chargée en habitation et être correct au global?

Est-ce que nous devrions en profiter pour diminuer la prime chargée dans les régions moins favorisées ou donner des rabais purement commerciaux?

Comment répartir le coût du risque catastrophique?

Les inondations (autant par les pluies que par le débordement de cours d'eau) prennent une part grandissante des pertes au Québec :

Est-ce que nous devrions avoir une charge « catastrophe » répartie égale à tout le monde puisqu'il peut pleuvoir partout?

Est-ce que nous devrions pénaliser les gens qui se sont installés dans des villes avec des systèmes d'égouts désuets?

Est-ce que nous devrions charger le prix qui respecte la cible de rentabilité tout en permettant aux gens d'enlever la protection s'ils ne la veulent pas?

Comment tarifier quelqu'un avec une donnée non fiable?

Permis de conduire d'une autre province ou pays :

Est-ce que nous devrions ignorer l'expérience de conduite au complet?

Données de crédit manquantes (pas de transaction au Québec par exemple) :

Est-ce que nous devrions charger comme si la personne avait une cote de crédit moyenne?

Inspections de bâtiments, couverture par image satellites :

Est-ce que le prix de ces données devrait être chargé aux clients de façon égale?

Les attentes

Résultat final

Soumettre une vision globale de la philosophie de tarification pour répondre à la grosse question et ses sous-questions.

Les tests d'application peuvent être utilisés pour illustrer des cas concrets où la philosophie est en action. Vous pouvez ajouter vos propres exemples.

Souvenez-vous, la prime visée au global ne change pas, c'est comment nous divergeons de la prime visée au niveau individuel qui nous intéresse.

Questions?

Contactez-nous via e-mail ou LinkedIn.

beneva