



MAGAZINE

ASSURANCES

TABLE RONDE

LES COMPAGNIES
D'ASSURANCE À LA POINTE
DE LA RÉVOLUTION DIGITALE!

TROPHÉES
DE L'ASSURANCE
NON VIE 2015

Supplément réalisé par IPM



Votre Courtier
Votre meilleure
Assurance

www.courtierenassurances.be

 **Conseils indépendants**

 **Contacts personnalisés**

 **Sécurité absolue**

C'est à cela qu'on reconnaît un courtier en assurances indépendant.

Vous préférez opter pour la sécurité absolue? Faites alors confiance à l'un des 2.200 Courtiers en Assurances professionnels. Ensemble, nous formons le plus grand canal de distribution en assurances de Belgique. Experts indépendants, nous sommes parfaitement bien placés pour vous fournir des conseils personnalisés lorsque vous devez choisir l'assurance vie ou non vie qui vous convient le mieux. N'hésitez pas à nous rencontrer ou à surfer sur www.courtierenassurances.be



Toutes ces compagnies collaborent avec des Courtiers en Assurances indépendants:

delta lloyd

GENERALI
Assurances

Allianz

ZA

Baloise
Insurance

AG
INSURANCE

FIDEA

ERGO
Life

nationale
suisse

AXA

euromex

VIVIUM

Les technologies nouvelles au service des assurés

La question n'est plus de savoir si la digitalisation dans le secteur de l'assurance est en marche, mais jusqu'où elle ira. Elle constitue déjà un fait accompli que les acteurs de l'assurance ne peuvent plus nier. Les assureurs (et les réseaux de distribution) n'auront donc d'autre choix que de s'adapter à cette nouvelles donne.

Le développement des nouvelles technologies (internet...) permettra de mieux servir encore les clients et de leur proposer des produits et services plus en phase avec les évolutions de notre société. Sans oublier que les nouveaux types de comportement des assurés devront également davantage être pris en considération par les assureurs.

Nombreuses opportunités

Les assureurs sont déjà présents sur les réseaux sociaux et développent d'ailleurs une communication digitale spécifique (via facebook, linkedIn, twitter...). Mais en sus, ils proposent désormais toute une série de services innovants grâce aux nouvelles technologies.

Les opportunités qui se présentent dans les secteurs sont donc énormes. Nous en énumérons quelques-unes :

- ▶ la simulation d'une offre digitale offerte via un site web, une tablette ou un mobile;
- ▶ la souscription digitale d'un contrat d'assurance via un site web, une tablette ou un mobile;
- ▶ la gestion d'un sinistre et le suivi du dossier via un site web ou une app;
- ▶ la création d'un espace client qui permet notamment à l'assuré de consulter ses contrats d'assurance;
- ▶ la possibilité de faire du web-chatting ou le fait de chatter en direct avec les clients assurés.
- ▶ la création de nombreuses app, au service des assurés, leur permettant, en outre, de déclarer un sinistre, d'évaluer leur style de conduite ou de faire davantage de la prévention pour diminuer leur sinistralité.

Mais ces nouvelles technologies, si elles apportent leur bienfait incontestable, ne remplaceront jamais le contact humain, l'écoute et le relationnel avec l'assuré.

Enjeux majeurs

Les enjeux de la digitalisation dans le secteur de l'assurance sont doubles :

- a) Vis-vis des assurés, la digitalisation du secteur de l'assurance ne doit avoir qu'un seul objectif : les assureurs doivent leur apporter des solutions encore plus appropriées. Cette digitalisation va également permettre d'être plus transparent vis-à-vis des consommateurs.
- b) Pour les assureurs, la distribution de produits d'assurances via internet ou des périphériques mobiles constituera un enjeu majeur, en termes de développement de leur chiffre d'affaires et de leurs parts de marché. Et si les assureurs n'occupent pas ce segment, ils se le verront confisqué par de nouveaux acteurs plus innovants...

La digitalisation de l'assurance a donc commencé. Mais jusqu'où ira-t-elle ? Là est toute la question... L'innovation digitale a donc bien commencé. Au service des assurés, espérons-le...

Laurent Feiner

Ours



04



09



19



21

SOMMAIRE

TABLE RONDE

Les compagnies d'assurance à la pointe de la révolution digitale!

04

PAROLES DE VAINQUEURS

09

ASSURANCE & DIGITALISATION

Evolutions du secteur et avantages pour l'assuré

19

CHRONIQUE

Quand le secteur de l'assurance s'adapte au progrès technologique

21

SUPPLÉMENT GRATUIT À LA LIBRE BELGIQUE RÉALISÉ PAR IPM ADVERTISING / 30 AVRIL 2015

RUE DES FRANCS 79 À 1040 BRUXELLES / TÉL.: +32 (2) 211 31 44 – FAX: +32 (2) 211 28 20 / EDITEURS RESPONSABLES: EMMANUEL DENIS ET HENRY VISART

RÉDACTION: PAUL GROSJEAN / SECRÉTARIAT D'ÉDITION: CORINE LOOCKX – CORINE.LOOCKX@IPMADVERTISING.BE

PUBLICITÉ: DAPHNÉ MERTENS – DAPHNE.MERTENS@IPMADVERTISING.BE / MISE EN PAGE: IPM ADVERTISING SA - FABRICE LIBEN/ PHOTOS: © SHUTTERSTOCK

TABLE RONDE

Les compagnies d'assurance à la pointe de la révolution digitale!

Personne n'échappe à la digitalisation de la société. Encore moins les entreprises d'assurance. Pour mesurer la mutation dans ce milieu, nous avons réuni 10 sociétés aux stratégies et aux intérêts multiples. Chaque firme a pu exprimer son positionnement et la politique digitale qui en découle. Par ailleurs, chacune a pu nous livrer le mot-clé qui résume sa démarche en la matière. Malgré ces disparités, un point commun s'est dégagé: plus que tout autre secteur, celui de l'assurance s'inscrit dans la révolution numérique. Non sans certaines remises en question...



► **Thierry Van der Straeten**
Administrateur Délégué I.B.I.S

I.B.I.S. est une agence de souscription. Nous souscrivons des risques industriels, des risques spéciaux et des risques de particuliers, exclusivement par le canal de courtiers indépendants. Nous agissons au nom de puissantes compagnies d'assurances, belges

et étrangères, ce qui nous permet de nous différencier et de nous singulariser en offrant une gamme de produits avec des couvertures larges à des prix très compétitifs. De plus, nous avons des coûts de fonctionnement limités en raison de notre structure technico-commerciale réduite et centrée sur la souscription et la gestion pro-active des sinistres. Derrière tout cela, il y a un principe fondamental: nous n'avons aucun contact direct avec les clients des courtiers apporteurs d'affaires.

Les courtiers sont notre cible unique. Nous développons pour eux des outils de communication digitalisés. La digitalisation a démarré principalement au niveau des sinistres. Dans le but d'accélérer les procédures et de susciter un phénomène d'instantanéité, le courtier a la possibilité d'introduire les déclarations en ligne et de consulter, via un accès protégé, le déroulement des différentes étapes de la gestion de son sinistre. La gestion des sinistres est considérée comme la vitrine commerciale d'I.B.I.S. A ce titre, elle fait l'objet d'un soin et d'un niveau qualitatif exceptionnels. De plus, toujours dans l'idée de rendre le service le plus rapide possible, «I.B.I.S.

Emergency» (accessible 24h sur 24 et 7 jours sur 7) a été mis en place pour le courtier et son client. Grâce à ce service, le contact est établi avec un réparateur qui intervient, dans les deux heures si nécessaire, afin de supprimer les dégâts causés par un sinistre couvert (dont nous prenons tous les frais en charge) ou non couvert (dont les frais sont pris en charge par le client à des tarifs très avantageux). Enfin, un chantier important est prévu prochainement en vue de changer notre système informatique. Nous aurons de plus en plus d'applications on line et digitales permettant d'améliorer la qualité et la rapidité de nos services, c'est-à-dire du traitement des besoins exprimés par nos courtiers et leurs clients.

«**INFORMATION**»: Il ne faut pas négliger les canaux d'information plus classiques. Grâce à la digitalisation, le courtier dispose d'outils performants lui permettant de comparer les produits (garanties, tarifs) du marché. Le client compare lui aussi de plus en plus. Mais la tendance majoritaire reste que la décision finale et la souscription d'un contrat se font principalement en face-to-face avec le courtier.



► Jan Meeuwis

Research &
Development Fidea

Par un important réseau d'intermédiaires indépendants en assurances, Fidea propose une large gamme de produits et de concepts d'assurances Non-Vie pour les particuliers, les indépendants et les entreprises.

Fidea est en train de se digitaliser, c'est un fait. Nous venons d'achever la rénovation totale de notre système informatique. Notre objectif est d'être 'stand alone' par rapport à la KBC (groupe dont nous faisons partie il y a quelque temps). Dès à présent, tous nos processus sont digitalisés dans une architecture dite 'stand alone', donc sans avoir de liens par rapport à une société-mère ou à un groupe, comme c'était le cas auparavant avec KBC. Par ailleurs, si nous ne sommes pas encore totalement prêts, nous voulons néanmoins donner à nos clients la possibilité de réagir rapidement. Nous démarrons ainsi le développement d'applications qui leur offrent un service plus complet et instantané. Par exemple, nous venons de lancer une app liée à l'assistance en cas d'accident de voiture. Nous ambitionnons, pour 2015, d'y ajouter l'assistance pour les vélos. Le marché attend cela de Fidea: nous sponsorisons une équipe de cyclo-cross, sport très populaire, surtout en Flandre. Les contrats liés aux incendies viendront un peu plus tard.

«ASSIST»: La digitalisation n'est pas un but mais un fait. Les courtiers ont tout intérêt à se repositionner par rapport à cette situation. Fidea est ainsi impliquée dans de nombreuses initiatives, par exemple au sein de Brocom, permettant de soutenir et encourager cette évolution inévitable.



► Olivier Halflants

Directeur Non-Vie
Fédérale Assurance

Fédérale Assurance est un groupe composé de différentes compagnies d'assurances qui travaillent sous une philosophie mutualiste sans actionnaires externes. Outre les particuliers, Fédérale Assurance est fortement orientée depuis plus de 100 ans vers les professionnels de la construction.

Aujourd'hui, le client veut rentrer en contact avec sa compagnie d'assurance de différentes manières. L'omnicanal a donc tout son sens. En fonction de ses besoins, le client va choisir son canal de communication. Le contact humain restera primordial mais c'est le client qui déterminera dans quelles circonstances il souhaite faire appel à ce moyen. C'est surtout au moment où il aura un problème qu'il souhaitera un contact humain. Mais à terme, tous les

clients vont devenir hybrides. Il faut donc en tenir compte et se diriger de plus en plus dans cette voie. Il faut commencer par nous digitaliser nous-mêmes. Il s'agit d'un grand chantier car tous les documents (contrats, sinistres,...), c'est-à-dire l'ensemble des dossiers «clients», doivent être numérisés. Petit à petit, nous nous dirigeons vers le zéro papier. D'ailleurs, la partie sinistre devrait y arriver dans les prochains mois. Ce grand chantier de digitalisation des documents implique aussi nos collaborateurs car chacun va devoir travailler différemment. Cela se fera très rapidement grâce, d'une part, à l'arrivée de la nouvelle génération Y, familiarisée aux nouvelles technologies et, d'autre part, aux capacités d'adaptation de l'«ancienne génération». Parmi les grandes évolutions, nous assisterons à l'essor du télétravail.

«INTERACTION»: La digitalisation permet au client de rentrer en contact avec son assureur de la façon qu'il souhaite: quand, comment, où et avec qui il souhaite. Cela vaut tant au niveau de l'acquisition, de la consultation et de la gestion de ses contrats que de la gestion de ses sinistres. Le client entrevoit sa relation avec son assureur de manière globale. Il s'adressera encore à son intermédiaire-courtier mais il n'hésitera pas à s'informer ou à souscrire certains types de contrat via le site de son assureur. La partie «sinistre» sera d'ailleurs le véritable test pour le client. C'est en gérant vite et bien un sinistre que l'on garde le client. Même si les experts existeront toujours pour les cas les plus complexes, nous assisterons dans de nombreux cas au développement de l'expertise à distance, notamment dans le cas d'un accident de voiture ou d'un sinistre en multirisques habitation incendie. Ce côté pratique permet une indemnisation plus rapide.



► Elise Mertens de Wilmars

Marketing Manager
Europ Assistance

Leader de l'assistance voyage et automobile, Europ Assistance travaille en partenariat avec BNP Paribas Fortis, La Baloise, AG Insurance, DKV, Nissan, Club Med, Jetair,...

Nous sommes présents en ligne depuis certainement 2005. Nous avons mis en place sur notre site internet une véritable galaxie permettant à nos clients de souscrire et de modifier les contrats selon leurs besoins spécifiques. Mais nous allons encore plus loin: nous sommes une plateforme d'informations.

Nous avons créé, à cet effet, un blog qui aborde les différents domaines de notre activité. A titre d'exemples, voyager dans certains pays étrangers, voyager avec des enfants,... Notre volonté est de proposer un contenu pertinent qui apporte quelque chose à haute valeur ajoutée, nourrie par nos 50 ans d'expérience. Par ailleurs, depuis 2011, nous sommes présents sur Facebook pour relayer l'information et avoir un nouveau point d'interaction. Je tiens également à préciser que nous n'avons pas oublié les intermédiaires car nous avons construit une plateforme efficace pour eux. Nous les aidons à vendre en ligne. En fait, même si nous n'avons pas encore développé d'app-elles ont une durée de vie très limitée, environ 90 jours dans un smartphone -, le digital reste essentiel pour Europ Assistance. Il nous permet d'être encore plus réactifs. Notre objectif majeur est de pouvoir répondre tout de suite. C'est ainsi que nous avons un site 'responsive' permettant de répondre aux urgences. Ceci dit, le contact humain sera toujours privilégié en cas d'accident. C'est d'ailleurs un élément majeur dans l'ADN d'Europ Assistance.

«CONTRÔLE»: La digitalisation donne plus de transparence pour le consommateur. C'est une très bonne chose. Mais dans ce nouveau monde digital, nous allons entrer en compétition avec de nouveaux concurrents comme Google. Sommes-nous prêts?



▶ **David Tornel**

Directeur Marketing & Product Management Ethias

Ethias est une compagnie belge qui se singularise par ses valeurs mutualistes et son mode de distribution directe. La gestion directe de l'ensemble de ses canaux de ventes – internet, contact centers et agences – favorise la proximité avec ses assurés.

Aujourd'hui, pour Ethias, l'enjeu de la digitalisation est de permettre au client d'aller d'un canal à l'autre comme bon lui semble, tout en lui garantissant la continuité de sa relation. Cette intégration complète des canaux est aussi ce qu'on appelle l'omnichannel. Ceci répond au comportement «hybride» des clients face aux différents points de contact : s'informer sur internet, poursuivre éventuellement par téléphone et finaliser dans les bureaux. Ce phénomène s'observe à tous les moments du

cycle de la relation avec l'assuré. Aussi bien dans la relation commerciale que dans le règlement des sinistres en passant par la gestion administrative. Afin d'y répondre au mieux, nous travaillons sur des projets tels que la co-navigation et le web-chatting. C'est un peu comme Skype, si ce n'est que son utilisation ne requiert pas le téléchargement d'un programme par l'assuré. L'objectif de ces initiatives n'est toutefois pas de contraindre nos clients à digitaliser leur relation. Nous voulons au contraire répondre à un besoin en respectant intégralement le choix du canal de communication que font nos clients. L'application Ethias Auto 24/7 pour smartphone illustre parfaitement l'aide précieuse que peut apporter la digitalisation dans une déclaration d'accident auto. Quand un accident survient, ce sont toujours les mêmes problèmes qui se posent. Où suis-je ? Où sont mes documents ? Quelles informations dois-je remplir et à quels endroits ? Grâce, entre autres, à ses fonctionnalités de géolocalisation, cette app identifie instantanément le lieu de l'accident, l'intègre automatiquement dans la déclaration tout comme les données du contrat et celles du conducteur habituel. L'app permet aussi de joindre à la déclaration des photos prises par le smartphone. Ce système offre un avantage considérable : le dossier est ouvert immédiatement sans devoir attendre le papier.

«CONSUMER CENTRIC»: La digitalisation est un changement de paradigme qui va moderniser le secteur de l'assurance. Qu'on le veuille ou non, on y est. La digitalisation doit conduire les assureurs à repenser le rôle de chacun des canaux en ayant pour principal objectif d'apporter plus de confort au client. Chez Ethias, nous sommes convaincus que la digitalisation va renforcer la proximité avec nos assurés en leur apportant une dimension de service supplémentaire.



▶ **Pierre-Yves Hansen**

Head of Digital Transformation Axa Belgium

Axa Belgium, ce sont quelque 4.000 courtiers, 800 agents bancaires et 4.100 collaborateurs qui mettent leur expertise au service de 2,9 millions de clients pour leur offrir des produits d'assurance flexibles et adaptés à leurs besoins réels. De par son métier d'assureur, AXA Belgium est un acteur-clé en prévention. La protection est inscrite dans ses gènes et se

traduit au quotidien par des investissements conséquents dans la recherche et dans l'éducation aux risques. En 2014, AXA Belgium a réalisé un chiffre d'affaires de 3,8 milliards d'euros.

AXA Belgium veut être simple et connecté. Pour ce faire, nous travaillons tant sur les besoins des clients que sur ceux de nos intermédiaires. Par exemple, nous avons entièrement revu notre site Internet en adoptant une approche «besoin» et non «produit». En étant «responsive», le site s'adapte également à la manière dont le client s'y connecte. Fin 2013, dans le domaine des services, nous avons, en outre, créé sur notre site un espace dédié aux clients où ils retrouvent leurs contrats d'assurance. Par ailleurs, nous disposons d'un produit d'assurance incendie habitation, «e@sycosy», qui peut être souscrit entièrement en ligne tout en respectant le canal du courtage. Nous développons également des applications. Dans le domaine de la prévention, nous avons lancé AXA Drive qui permet d'évaluer son style de conduite. Nous avons aussi créé une app qui permet, par exemple, de faire appel à l'assistance en cas de sinistre. Les apps offrent de nombreux avantages : la géolocalisation, la possibilité de

faire des photos, ... Mais il faut continuer à laisser le choix aux clients car tous ne disposent pas encore d'un smartphone. En fait, il y a encore pas mal de choses à faire dans le domaine du digital car l'évolution est quotidienne. Nous ne savons d'ailleurs pas où cela va s'arrêter. A côté des services rendus aux clients, le digital permet aussi à nos collaborateurs d'être indépendants par rapport à leur lieu de travail. D'ailleurs, le développement du télétravail ne fera que s'intensifier dans les années à venir. Et nous adoptons une organisation «paperless» pour faciliter cette évolution.

«CONNECTÉ»: Permettez-moi de souligner 3 points essentiels. Tout d'abord, la digitalisation n'est pas un but mais un moyen pour simplifier et améliorer l'accession des clients. Elle transforme nos métiers en faisant évoluer les rôles. Ensuite, les nouveaux concurrents, issus d'autres secteurs, vont faire bouger les choses. Il est essentiel de nous y préparer. Enfin, il peut y avoir un changement dans la nature du risque. Il y aura, par exemple, moins d'accidents mais plus de vols de voitures. Bref, ces nouvelles technologies génèrent de nouveaux défis pour les assureurs.



► **Damien de Laminne de Bex**

COO DKV

Leader belge en assurance soins de santé complémentaire, DKV offre une gamme complète de garanties et de services, autant pour les particuliers que pour les entreprises. Assureur mono-branche depuis plus de cinquante ans, elle est connue pour son service-phare, la Medi-Card.

Notre stratégie de digitalisation s'est scindée en deux phases. La première phase a eu pour objectif le 'basic in order'. Depuis 1998, nous avons commencé à numériser nos dossiers. Nous travaillons aujourd'hui en 'paper less'. La seconde phase repose sur le développement d'une nouvelle stratégie qui fait que le client est central. C'est lui qui décide de son canal de communication. Tous nos clients - entreprises, particuliers, prestataires de soins ou intermédiaires - peuvent nous contacter à tout moment. Nous avons créé pour eux différentes entrées sur notre site. Le but est d'offrir le meilleur service pour que l'utilisateur se recentre sur son objectif principal: la guérison, le soin ou, encore, l'optimisation dans la gestion de son dossier. Concrètement, le service DKV propose, depuis fin 2014, sa première app' où la Medi-Card peut être introduite de manière électronique. Il est également possible de rechercher les adresses de nos hopitaux conventionnés ou de contacter DKV. A l'avenir, nous permettrons le scan des factures pour envoi direct chez DKV. Une autre étape suivante portera sur la gestion des dossiers médicaux d'hospitalisation. Déjà aujourd'hui, grâce à une nouvelle app', nos clients peuvent nous informer s'ils sont hospitalisés et préciser la raison de cette hospitalisation. Dès mai/juin 2015, 'My DKV' fournira des infos aux clients sur leur dossier, les remboursements effectués, les factures, ... Il s'agira d'une information purement financière, entièrement sécurisée et respectant la vie privée. Notre dernier grand projet de l'année 2015 concernera les prestataires de soins. Nous commençons par le remboursement des médicaments. Le ticket de pharmacie est scanné par le pharmacien. Celui-ci se relie au patient/assuré en utilisant le code-barre de sa Medi-Card. Les informations sous forme électronique et sécurisée sont alors transmises à l'assureur pour gestion.

«**CUSTOMER CENTRIC**»: Je citerai deux chiffres. D'une part, 81 % des Belges surfent sur Internet, soit 7,1 millions de personnes. D'autre part, un Belge sur deux a un smartphone. A partir de ce constat, notre objectif est de nous centrer sur le client et ses besoins. La digitalisation permet de lui fournir le meilleur service. Cela nous offre aussi l'opportunité de soutenir l'activité de nos partenaires. Enfin, grâce au travail à domicile, notre personnel peut bénéficier d'un meilleur équilibre entre vie privée et vie professionnelle. Pour la compagnie, cela suscite des économies d'échelle, même si ce n'est pas une fin en soi.



Profitez d'un service en ligne, en plus d'un contact personnalisé !

Consulter vos contrats, gérer vos données personnelles, ... en ligne ? C'est possible, en toute efficacité, via www.federale.be ! *MY FEDERALE Assurance*, l'espace personnel et sécurisé réservé à nos clients, vous offre un large éventail de services. Il vous permet aussi de déclarer vos sinistres et d'y consulter, à tout moment, l'évolution de vos placements.

De plus, nos conseillers, bureaux et 5 sièges régionaux se tiennent à votre disposition, à travers tout le pays, pour vous donner des conseils avisés et pointus en matière d'assurances et de placements.

Plus d'info : www.federale.be ou  0800-14.200

L'assureur qui partage
ses bénéfices avec vous

FEDERALE
Assurance



► **Diederik Moris**

Directeur commercial
Allianz Belgium

Allianz Belgium est une compagnie d'assurances qui distribue ses produits exclusivement via les courtiers. Offrir au courtage une gamme complète de produits au service des particuliers ainsi que des petites, moyennes et grandes entreprises est incontestablement un de ses points forts.

Chez Allianz, tout ce qui est développé l'est pour améliorer l'efficacité des courtiers. A titre d'exemple, en assurance non-vie, nous envoyons désormais tous nos documents liés à un nouveau contrat ou à un avenant

à un contrat existant par voie électronique sous format pdf. Par ailleurs, nous avons mis en place un outil, une app', qui leur permet de faire des offres aux PME via Ipad. Ainsi, en quelques clics, le client reçoit son offre détaillée. Et ce n'est pas tout! Récemment, dans le domaine incendie pour les particuliers, nous avons lancé une app' qui permet au courtier de faire une évaluation d'un bien via un questionnaire clair et précis. En ce qui concerne le multi-access, nous avons mis en place, début mars, un simulateur d'offres d'assurance auto sur notre site Allianz.be. Il s'agit uniquement d'entrer en relation avec l'internaute qui cherche une estimation tarifaire pour son assurance automobile. Et si l'internaute souhaite bénéficier d'une offre Allianz ou souscrire un contrat, il sera toujours redirigé vers un courtier, pierre angulaire de notre métier. Chaque jour, nous motivons les courtiers et les invitons à ne pas rater l'évolution technologique. Ainsi, nous les incitons à créer leur site Internet.

«ACCÈS»: Les comportements des consommateurs changent. Donc, tant les assureurs que les courtiers doivent s'adapter pour garder leur place. Chez Allianz Belgium, nous prenons ainsi de nombreuses initiatives pour aider les courtiers à interagir plus facilement avec leurs clients en exploitant les possibilités offertes par notre monde désormais interconnecté.



► **Ilona Van Hemelrijk**

Sales Director
Allianz Global Assistance

Allianz Global Assistance est la plus grande compagnie d'assurance et d'assistance voyage au monde. Depuis le cœur de Bruxelles, nous assistons nos clients de jour comme de nuit. Nous traitons chaque année plus de 95.000 dossiers tels que l'annulation de voyage, le vol ou la perte de bagage, l'assistance à l'étranger, la panne de véhicule, l'assistance domicile,...

Allianz Global Assistance offre la possibilité à ses clients, aussi bien les particuliers que les hommes d'affaires, les familles et les grands groupes, de procéder à une simulation de prix en ligne pour ses produits temporaires

(annulation, assistance, multirisque: annulation + assistance). Bientôt, nos clients pourront également découvrir 3 produits annuels en ligne. La digitalisation est donc un must pour une compagnie moderne comme Allianz Global Assistance. Il est plus que logique que grâce aux nouvelles technologies, nous travaillions activement au développement de processus et trouvons des solutions optimales dans le but de satisfaire au mieux nos clients. Toutes les compagnies d'assurance doivent, tout comme le secteur du retail, adopter une stratégie «omnicanal», c'est-à-dire être présentes aussi bien online qu'offline pour que le client puisse choisir où trouver les informations qu'il recherche et passer à l'achat; et cela sans avoir été poussé vers un canal en particulier. Tel est le défi digital d'Allianz Global Assistance.

«INVESTISSEMENT»: L'année dernière, la Belgique en était à 48% d'achats en ligne, un grand retard par rapport à nos pays voisins. Pourtant, la croissance de l'e-commerce se poursuit dans nos régions, ce qui nous incite à investir. Des investissements informatiques doivent être faits afin d'obtenir une plateforme performante, accessible, où le client pourra s'informer rapidement, et où il pourra effectuer son achat en un seul clic et en toute sécurité.



► **Judith Jassogne**

Responsable de la
communication digitale Aedes

Aedes existe sur le marché de l'assurance depuis presque 20 ans. Implantée au cœur de la Wallonie et en Flandre, cette compagnie commercialise, via son réseau de courtiers, les produits Auto, Incendie et Vélo.

Aedes parie sur la mise en œuvre de technologies digitales pour asseoir sa croissance. Notre volonté est de répondre adéquatement, simplement et en toute transparence aux attentes concrètes de nos clients, courtiers ou assurés. Ainsi, l'ensemble des sites va être intégré dans Sitefinity, notre nouveau CMS. Celui-ci offre des fonctionnalités puissantes, telles que la personnalisation via le content marketing ou l'e-commerce. L'objectif à très court terme est la vente en ligne de la police Vélo, en lien avec le courtier choisi par le preneur. A l'heure où les usagers exploitent les canaux digitaux comme outil de comparaison-information, il est indispensable de leur offrir la possibilité d'une souscription en ligne. Le lancement d'une plateforme d'e-learning «Assurances» est aussi prévu prochainement. Cette large évolution des technologies digitales implique évidemment l'adaptation des applications business et, notamment, leur migration dans des interfaces web accessibles partout, de n'importe quel support, en H24. Ces évolutions impactent enfin les processus business. Aedes n'aura pas d'autre choix que d'adapter son modèle opérationnel (usages et outils) pour atteindre l'indispensable maturité digitale. Cela pourrait passer par l'adoption de méthodes Agile permettant, entre autres, une adaptation de nos offres-services en flux tendu avec les usages rythmés des clients.

«TRANSITION»: Le secteur de l'assurance est en mutation. Presque tous les acteurs ont entamé la digitalisation de leurs communications et services. L'important, dans une stratégie fondamentale «centrée sur le client», reste de conserver une cohérence multicanale et d'éviter la fracture entre les clients, leurs usages spécifiques et notre entreprise. Il est indispensable d'améliorer la satisfaction des assurés et de les fidéliser avec des offres concurrentielles et des services simples répondant à leurs attentes. Cela nécessite une veille constante (et passionnante) des usages et évolutions dans le secteur de l'assurance, mais pas uniquement...

PAROLES de vainqueurs



Ce 29 avril a eu lieu la remise de la 11ème édition des Trophées Decavi de l'Assurance Non Vie, organisée par Laurent Feiner (DECAVI) et Muriel Storrer (AIMES & Co).

Ces Trophées visent à récompenser les assureurs pour la qualité de leurs produits ou encore leur innovation, au terme d'une étude approfondie réalisée par un jury d'experts.

Les acteurs principaux du marché ont été analysés de manière à atteindre une parfaite représentativité (près de 80 % du marché en termes d'encaissement a été analysé).

Ce jury était composé des personnes suivantes :

- ▶ Francis Vaguener, Président du jury, Directeur, Towers Watson, et professeur à l'ICHEC.
- ▶ Vincent Callewaert, Avocat (Estienne & Callewaert) et maître de conférences invité à l'UCL.
- ▶ Patrick Cauwert, Expert chargé d'enseignement aux FUCaM (UCL Mons), CEO Feprabel.
- ▶ Laurent Feiner, Journaliste, Administrateur délégué Decavi.
- ▶ Yves Thiery, Avocat, Collaborateur scientifique à la KUL.
- ▶ Britt Weyts, Professeur à l'Université d'Anvers.
- ▶ François Ghorain, Manager, PwC.

Soutenus par Assuralia et s'appuyant sur des partenaires de choix dans le secteur, à savoir : Axis, Guidewire, DEKRA, PwC, Scor Global P&C, Open Golf Club et Mercedes Benz. Ces Trophées ont acquis une notoriété incontestable dans le secteur. Une telle initiative suscitant bien évidemment l'émulation parmi les assureurs en mettant en valeur notamment l'innovation et la créativité des produits (*).

Communiquer: un atout majeur

Ces trophées mettent en lumière des produits et des solutions pour le plus grand bien des consommateurs en les aidant à opérer un choix en fonction de leur profil bien spécifique. A chaque moment de la vie, une solution existe en toute sécurité grâce à l'assurance, comme l'illustrent les différentes catégories retenues :

- ▶ **MON HABITATION :**
Assurances Incendie habitation unifamiliale et copropriété
- ▶ **MA VOITURE :**
Assurances RC Auto, Omnium et Protection juridique
- ▶ **MA RESPONSABILITE :**
Assurance RC vie privée
- ▶ **MA SANTE :**
Assurance Hospitalisation
- ▶ **MES VACANCES :**
Assurance voyage (et Annulation)
- ▶ **MON ASSISTANCE :**
Assistance aux personnes
- ▶ **MON ENTREPRISE :**
Assurance contre les Accidents du Travail

Ils permettent également d'anticiper l'évolution du marché. C'est ainsi que la catégorie «Innovation» (qui étudie le caractère innovant d'un service ou d'un produit) permet de découvrir des initiatives très prometteuses. Sans oublier la «Prévention» (qui fait de plus en plus partie de l'ADN des assureurs) et la «Digitalisation» du secteur.

Enfin, ils mettent également en lumière des campagnes publicitaires pour leur pertinence et leur contribution à une meilleure information pour le consommateur.

Les produits gagnant afficheront toujours des caractéristiques très intéressantes. Même si l'on sait qu'en assurance, si un produit peut

convenir pour un certain type de clientèle, il se peut qu'en fonction d'un profil très spécifique ce produit ne soit pas le «maître-achat». Tel est l'enjeu du conseil en assurance: c'est bien souvent le profil de l'assuré qui détermine le contrat à souscrire. Quoi qu'il en soit, ces produits serviront toujours de point de départ à la réflexion.

Les solutions proposées par les assureurs permettent de résoudre toute une série de besoins spécifiques: couvrir sa propre responsabilité, bénéficier d'une indemnité en cas de sinistre lié à son habitation, financer un problème lié à sa santé, etc. Mais le commun des mortels est-il vraiment conscient des bienfaits de l'assurance? Pas vraiment...

Car communiquer est un métier en soi. A ce titre, les trophées DECAVI de l'assurance constituent une opportunité incontestable de communiquer positivement sur un secteur qui fait souvent parler de lui en termes de problèmes, devant régler des sinistres, plutôt qu'en termes de solutions. Et pourtant ce sont bien des solutions que l'assurance apporte pour tous les citoyens que nous sommes!

A ce titre, on constatera d'ailleurs une volonté au sein de ce secteur de développer les actions de prévention et de se digitaliser davantage (voir dossier à ce sujet sur la digitalisation dans le secteur de l'assurance et les avantages pour les assurés). Tout profit pour les assurés que nous sommes!

(*) toute l'info sur www.decavi.be.



Diederik Moris
Directeur Commercial,
Allianz Benelux

MON HABITATION

Assurance Incendie
(multirisques habitation –
risques simples)

Allianz - Home Plan Xpert

Home Plan Xpert est l'assurance habitation d'Allianz réservée aux propriétaires de maisons d'une valeur de plus de 250.000 euros

Excellence et assistance sont les principaux atouts de ce produit qui :

- ▶ propose des garanties ultra étendues;
- ▶ assure automatiquement le bâtiment et son contenu;
- ▶ offre une véritable assistance et la garantie 2 + 3 ans sur les électroménagers.

Des garanties ultra étendues

Avec ses garanties de base très étendues, Home Plan Xpert couvre l'habitation et son contenu, mais aussi les meubles et plantes de jardin, les éco-installations, la piscine, le matériel informatique et bien plus encore.

Expertise professionnelle

En plus des garanties supérieures, une expertise détaillée du bien est réalisée via le courtier. Un rapport qui apporte une réelle plus-value. Une expertise personnalisée en valeur à neuf et avec photos peut être réalisée pour le client via l'App Home Plan Xpertise du courtier. Une application unique sur le marché belge.

Assistance

En cas de besoin, voici quelques exemples des interventions d'Allianz Global Assistance : hébergement provisoire dans un hôtel 3 étoiles si l'habitation est inhabitable, serrurier si vol ou vandalisme...

2+3 ans de garantie sur vos gros électroménagers

Avec Home Plan Xpert, la prolongation de 3 ans de la garantie d'usine de 2 ans sur les gros appareils électroménagers de 400 euros et plus (taques de cuisson, fours, fours à micro-ondes, lave et sèche-linges, hottes, frigos et congélateurs) est prévue automatiquement.

Ce produit est exclusivement disponible auprès des courtiers en assurances. N'hésitez pas à consulter votre courtier pour plus d'infos.



Laurent Simon
Directeur Offre Non Auto,
Axa Belgium

MON HABITATION

Assurance Incendie
(copropriétaires)

Axa Belgium - Buildimo / Buildimax

Buildimo, l'assurance qui couvre l'indispensable au meilleur prix

En tant que propriétaire ou représentant d'une association de copropriétaires d'un immeuble d'appartements, vous cherchez avant toute chose à le préserver et à l'assurer comme il se doit.

Buildimo propose les garanties essentielles pour la protection de votre immeuble d'appartements. Le tout au meilleur rapport qualité/prix et sans extras inutiles. Vous êtes assuré juste pour ce qu'il faut. Ni trop, ni trop peu.

Vous bénéficiez de toutes les garanties indispensables à la préservation de votre immeuble (y compris les parties communes) telles que l'incendie, les catastrophes naturelles, les dégâts causés par l'eau ou l'électricité, la tempête, les dégradations immobilières, ...

Buildimax, l'assurance haut de gamme pour vos immeubles

Buildimax est une assurance habitation qui offre aux immeubles (y compris les parties communes) des couvertures particulièrement étendues.

Buildimax propose les garanties dites «classiques», mais va plus loin. Cette assurance haut de gamme répond parfaitement aux besoins des copropriétés, dont celles qui ont des exigences spécifiques en termes de couvertures et de plafonds : couverture des panneaux solaires communs, des dégradations immobilières y compris les tags et graffitis, couverture en cas d'infiltration par façades, terrasses ou balcons, dégâts des eaux causés par la piscine commune accessible aux résidents. Les dégâts accidentels aux communs occasionnés par un occupant lors d'un déménagement sont également pris en charge.

Avec le principe du «tout sauf», c'est la simplicité même ! Que ce soit pour Buildimo ou Buildimax, En effet, tout est couvert sauf ce qui est spécifiquement exclu au sein de chacune des garanties de votre contrat.



▶ **Dirk Beeckman**
Head of P&C Retail,
Axa Belgium

MA RESPONSABILITÉ

Assurance RC
Vie Privée

Axa Belgium - Confort Vie Privée

Confort Vie Privée.

Une sérénité absolue, partout dans le monde.

Que se passe-t-il lorsque votre chien mord les mollets d'un visiteur ou que vous rayez la carrosserie d'une voiture en stationnement en passant à vélo? Ces petits accidents bien involontaires peuvent avoir de lourdes conséquences financières. A moins que vous ne disposiez d'une bonne assurance familiale. Avec notre assurance Confort Vie Privée, vous et votre famille pouvez vivre votre vie en toute confiance. Votre assurance familiale rembourse les dommages que vous-même et toutes les personnes habitant sous le même toit occasionnez à des tiers. Vous bénéficiez donc d'une protection financière, y compris si vos enfants mineurs font des bêtises.

Votre contrat s'adaptant de surcroît à toutes les situations de la vie quotidienne, il couvre aussi :

- ▶ votre fille, en séjour linguistique en Espagne;
- ▶ les copains que votre fils a invités à sa fête d'anniversaire et dont vous êtes, pendant ce temps, responsable;
- ▶ la baby-sitter qui s'occupe de vos enfants...

Et ce, partout dans le monde! Vous résidez en Belgique et vous cassez un vase dans une chambre d'hôtel à l'étranger? Dans ce cas aussi, vous êtes assuré.

Atouts supplémentaires

Notons les atouts supplémentaires suivants :

- ▶ une assistance vélo incluse : un pneu crevé, un vol ou un problème technique avec votre vélo (ou votre vélo électrique) pendant votre balade à vélo? Grâce à votre assurance familiale AXA, vous bénéficiez d'une assistance vélo, sans supplément, en Belgique et jusqu'à 30 km au-delà de nos frontières.
- ▶ une protection supplémentaire : vous empruntez des outils à votre voisin? Vous êtes parfois BOB le week-end? 5 garanties premium facultatives vous offrent une protection supplémentaire, à vous et à votre famille.
- ▶ une appréciable réduction si vous souscrivez l'assurance familiale en complément à votre assurance incendie AXA.



▶ **Olivier Halfants**
Directeur non vie,
Fédérale Assurance

MON ENTREPRISE

Assurance contre
les accident du travail

Fédérale Assurance - Assurance Accidents du Travail

A l'occasion de la cérémonie de remise des Trophées de l'Assurance Non Vie, Fédérale Assurance a été primée, pour la 3e fois d'affilée, comme la meilleure assurance Accidents du Travail du marché belge. Années après années, notre couverture fait donc la différence... Mais pour quelles raisons?

Commençons par l'expertise... Depuis sa création il y a plus de 100 ans, Fédérale Assurance protège les entreprises et leurs salariés en accidents du travail. La compagnie a commencé à assurer ce risque 60 ans avant que la couverture ne devienne obligatoire en 1971.

Ensuite, la politique tarifaire... La compagnie n'a appliqué aucune augmentation de prime au cours des 10 dernières années en accidents du travail. Et ce n'est pas tout! En tant qu'assureur mutualiste, elle n'a pas d'actionnaires externes à rémunérer et partage donc ses bénéfices avec ses assurés. En 2014, Fédérale Assurance leur a distribué près de 22 millions d'euros sous forme de ristournes et participations bénéficiaires.

Évoquons également la certification ISO 9001 : obtenue il y a plus de 14 ans par le département Sinistres Accidents du Travail, elle garantit aux clients une qualité de service à haute valeur ajoutée. Des exemples? Les entreprises assurées et leur personnel bénéficient d'un accompagnement des blessés graves du travail et des conseils du département Prévention, lui aussi certifié ISO 9001. Et grâce à MY FEDERALE Assurance, ils disposent d'un espace internet personnel et sécurisé qui leur permet de déclarer leurs sinistres par la voie électronique et de consulter l'évolution de leurs statistiques de sinistralité.

Fédérale Assurance Accidents du Travail se démarque enfin par la sérénité qu'elle offre à ses assurés : elle n'applique en effet pas, à l'inverse de nombreux assureurs belges, son droit de résiliation du contrat suite à un sinistre. La compagnie privilégie en effet la mise en œuvre d'actions de prévention en étroite collaboration avec les entreprises assurées.



▶ **David Tornel**
Directeur Management
Produits et Marchés
Particuliers,
Ethias

MA VOITURE

RC Auto

Ethias - Ethias Young Drivers

L'assurance Responsabilité civile Auto d'Ethias mise à l'honneur

Ethias se voit cette année attribuer le prix de la meilleure RC Auto. Ethias a toujours mis à l'honneur la satisfaction de ses clients en améliorant sans cesse son offre de produit.

Citons par exemple la garantie BOB, qui couvre gratuitement les dommages au véhicule conduit si vous êtes BOB ou faites appel à BOB. La Mobility, un service gratuit d'Assistance pour tous les clients Ethias assurés en Auto. Le client reste mobile en cas d'accident en Belgique et au Luxembourg mais également jusqu'à 25 km au-delà de nos frontières: dépannage, remorquage et transport du conducteur sont inclus. Citons enfin le joker pour bonne conduite ou encore la garantie de ne pas résilier le contrat sur base de l'âge.

Ethias est également à la pointe au niveau de son service. L'app mobile AUTO 24/7 en est un bon exemple. Cette app permet aux assurés de déclarer un accident auto de façon simple, facile, didactique et très complète. Elle offre un gain de temps pour l'automobiliste qui, en quelques clics, finalise sa déclaration sinistre et l'envoie à Ethias, avec la possibilité d'être mis en contact avec un gestionnaire en cas de question.

L'innovation Ethias Young Drivers n'a fait que renforcer la position d'Ethias comme un assureur à l'écoute des besoins de ses assurés en leur proposant des produits adaptés et de qualité. C'est d'ailleurs pour cette raison qu'Ethias a été élue en 2014, n°1 de la Satisfaction client en Belgique*

*Cfr. étude indépendante Bain & Co. Juin 2014



▶ **Dominique Bomboire**
Membre de la Direction,
Arces

MA VOITURE

Assurance Protection juridique auto

Arces - L'article 1

Arces, le bon sens à nouveau récompensé

Grâce à sa police l'Article 1, une assurance protection juridique auto unique, Arces remporte pour la troisième année consécutive le trophée DECAVI de l'assurance protection juridique.

L'Article 1 repose sur un principe extrêmement simple: Arces propose d'excellentes conditions générales. Mieux! Elle s'aligne si nécessaire sur toute autre disposition du marché qui serait plus favorable à l'assuré. L'assureur offre donc à ses assurés la meilleure garantie. C'est simple, déroutant peut-être mais Arces est la seule aujourd'hui à proposer à ses courtiers et à leurs clients une telle police.

L'Article 1 s'articule autour de 3 formules. La formule classique qui couvre le véhicule qui porte la plaque d'immatriculation reprise aux conditions particulières. La formule famille qui englobe tous les véhicules du preneur et de sa famille. Et enfin la formule flotte pour les activités professionnelles à partir de 4 véhicules. Et pour simplifier davantage encore la vie du courtier et des assurés, le preneur ne doit pas déclarer les ajouts ou les suppressions de véhicules entre deux échéances. La garantie est en effet acquise pour tout véhicule supplémentaire qui s'ajoute entre deux échéances.

L'Article 1, un service unique pour trois produits phares: la PJ Auto, la PJ Vie Privée, la PJ après Incendie

Si Arces se démarque des autres acteurs du marché grâce à ses produits uniques, son sens du service contribue également à en faire une compagnie remarquable. En travaillant avec Arces, le courtier a en effet la garantie que toute communication relative à un dossier sinistre est prise en charge dans les 2 jours. C'est ce qu'on appelle la gestion J+2. Bien plus qu'une promesse, cet engagement est vérifiable en permanence grâce à une transparence totale et à un outil informatique qui permet au courtier, où qu'il soit et quand il le souhaite, de suivre l'évolution de ses dossiers en temps réel.

Arces se distingue enfin par une gestion directe, empathique, pragmatique des sinistres. Les gestionnaires bousculent s'il le faut les méthodes traditionnelles de gestion et proposent un contact personnalisé, direct, convivial avec, par exemple, les victimes d'un dommage corporel.

Bref, un assureur qui se positionne comme un objecteur de bon sens et qui est aujourd'hui encore récompensée pour sa créativité et son sérieux. Et de trois!



► **Marc Wouters**
Chief Operations Officer,
Fidea

MA VOITURE

Assurance

Dégâts matériels Auto

Fidea - Assurance Omnium complète
avec garantie sur le prix d'achat

Pour la 3^{ème} année consécutive ! L'assurance Omnium de Fidea élue meilleur choix pour les propriétaires et utilisateurs de véhicules neufs ou récents.

Fidea accorde une grande attention aux besoins du client en matière d'assurances et y répond en offrant une solution globale et efficace. Le trophée Decavi 2015, décerné à notre Omnium avec garantie de prix d'achat pendant 30 mois, prouve que la simplicité, la transparence et l'accessibilité de cette assurance satisfont à ces critères, ce qui fait d'elle le meilleur choix sur le marché aujourd'hui.

Meilleur choix pour le client

- Cette police offre des conditions incomparables : l'assurance Omnium de Fidea est la police la plus complète pour les voitures neuves.
- Notre Omnium est aussi intéressante pour les propriétaires d'une voiture d'occasion récente (véhicules particuliers de max. 3 ans au moment de l'achat) en raison de la protection intégrale du prix d'achat pendant 30 mois.
- La valeur à assurer est fixée tout simplement sur la base de la facture d'achat : ce qui réduit le risque de sous-assurance.
- Ces conditions sont également applicables dans le cadre d'une omnium partielle.

10 % en plus en option !

- Cette option permet de recevoir automatiquement une indemnisation supplémentaire de 10 % en cas de perte totale.
- Moyennant une prime supplémentaire restreinte, le client crée un filet de sécurité pour des pertes indirectes telles que des CD et bagages mais aussi des réductions obtenues lors de l'achat d'une voiture.

Nombreux avantages

- En concertation avec son intermédiaire en assurances, le client sélectionne parmi les 5 franchises celle qui lui convient le mieux.
- L'assurance Omnium de Fidea fait partie du concept Elit3 (www.elit3.be) qui regroupe les assurances dommages pour les particuliers. Si vous êtes client Elit3, vous bénéficiez, en plus des atouts de l'assurance Omnium, de nombreux avantages tels que la possibilité d'un rachat de la franchise pour les dommages accidentels.

Prenez contact avec votre courtier. Consultez le site www.fidea.be pour trouver un partenaire en assurances Fidea près de chez vous. Suivez Fidea également sur LinkedIn, Twitter et Facebook.

Élue meilleure omnium du marché 3 ans de suite.

Fidea Omnium avec garantie sur le prix d'achat.



Fidea SA - Entreprise d'assurances agréée sous le numéro de code 0033 - Van Eycklei 14, 2018 Antwerpen - E.R. Frank Temmerman - RPM 0406.006.069 - IBAN: BE15 7332 4632 0030 - BIC: KREDEBEBB

Une telle reconnaissance fait sans nul doute de Fidea Omnium le meilleur choix du marché si vous souhaitez assurer au mieux votre véhicule. Votre courtier d'assurances se fera un plaisir de vous présenter ses avantages. Un exemple ? L'assurance « Omnium avec Garantie sur le Prix d'Achat » couvre intégralement le prix d'achat jusqu'à 30 mois. Cette protection s'applique d'ailleurs aussi aux véhicules d'occasion qui ont moins de trois ans lors de l'achat. Vous pouvez, en outre,

prendre une option supplémentaire qui vous garantit une indemnité complémentaire égale à 10 % du montant du sinistre en cas de sinistre total. Après tout, votre voiture mérite la meilleure protection.

En savoir plus ? Contactez votre courtier d'assurances ou surfez sur www.fidea.be



Fidea Omnium : lauréate du Trophée Decavi de l'Assurance Non-Vie en 2013, 2014 et 2015.

www.fidea.be



Soyez plus fort.

FIDEA
ASSURANCES



▶ **Ivan Cornette**
Sales & Marketing Director,
Europ Assistance

MES VACANCES

Assurance Voyage

Europ Assistance - Assurance Annulation Voyage

L'assurance NoGo d'Europ Assistance élue meilleure assurance annulation voyage annuelle.

En remportant le trophée Decavi 2015 de la meilleure assurance Voyage, NoGo se voit couronnée pour la 4ème fois en quelques années. Depuis son lancement en 2005, NoGo se profile toujours comme l'assurance annulation voyage la plus complète du marché.

Cette affirmation n'est pas un vain mot, car NoGo assure l'ensemble des voyages, 365 jours par an, et couvre les séjours privés quel que soit le mode de réservation. NoGo couvre également tous les bénéficiaires d'un même contrat, indépendamment du fait qu'ils partent au même moment vers des destinations différentes.

Le succès de NoGo repose sur son adéquation particulière au comportement du voyageur belge : celui-ci consacre un budget important à ses vacances, il part plusieurs fois par an et choisit des types de vacances très diversifiés (vacances de plusieurs jours ou plusieurs semaines en été, vacances de courte durée à Noël, à Pâques ou au Carnaval, citytrips, « nano breaks »...). Le fait de pouvoir couvrir l'investissement de l'ensemble de ces séjours par une seule assurance lui offre donc indéniablement la meilleure tranquillité d'esprit.

D'autant plus que l'étendue des risques couverts par NoGo est particulièrement large et se décline autour des principales préoccupations des voyageurs : maladies, accidents, divorce, séparation dommages au domicile, licenciement, nouvel emploi, mais aussi des causes d'annulation plus particulières comme le refus d'un visa, les examens de passages et les retards d'embarquement suite à un accident du véhicule.

Ce n'est pas tout, car l'assurance NoGo peut également être complétée par des extensions qui permettent de répondre aux besoins spécifiques de chaque voyageur : une formule temporaire, l'augmentation du plafond de la couverture financière, la couverture des déplacements professionnels et l'assurance des bagages en cas de vol ou de perte. Bref, une assurance complète qui vous garantit la sérénité d'esprit.



▶ **Ilona Van Hemelrijk**
Chief Sales & Marketing Officer,
Allianz Global Assistance

MON ASSISTANCE

Assurance assistance aux personnes.

Allianz Global Assistance - World Gold Protection

A plusieurs reprises déjà, les experts du jury Decavi ont couronné notre « World Gold Protection avec annulation » en lui décernant le trophée du meilleur contrat d'assistance. Les principaux avantages de ce contrat sont la couverture illimitée des frais médicaux à l'étranger et la protection élargie en cas d'annulation du voyage.

Mais la World Gold Protection avec annulation, c'est surtout la garantie d'une couverture optimale pour les personnes assurées dans tous leurs déplacements - privés comme professionnels - en Belgique et partout dans le monde.

Outre les garanties classiques, le contrat prévoit aussi les garanties complémentaires suivantes :

- ▶ remboursement illimité des frais médicaux à l'étranger;
- ▶ véhicule de remplacement : en cas de panne, jusqu'à 5 jours en Belgique et 10 jours à l'étranger (30 jours en cas de vol);
- ▶ indemnisation forfaitaire de 50 EUR par jour à partir du 2ème jour d'hospitalisation à l'étranger;
- ▶ remboursement des activités sportives réservées et du matériel de sport loué;
- ▶ assistance pour 2 véhicules mentionnés dans le contrat;
- ▶ assurance annulation pour tous vos voyages, privés comme professionnels;
- ▶ assurance bagages : 2.000 EUR par personne;
- ▶ couverture de vos objets de valeur, dont votre GSM, votre ordinateur portable et votre matériel de sport, à concurrence de 1.000 EUR par personne;
- ▶ et bien plus encore...



▶ **Birgit Hannes**
Chief Commercial Officer,
DKV Belgium

MA SANTÉ

Assurance Soins de santé

DKV Belgium - Plan IS2000

DKV Belgium reçoit son 11ème Trophée de la meilleure assurance 'Soins de santé'

Le 29 avril a eu lieu la remise des Trophées DECAVI 2015 des assurances 'Soins de santé'. Ces trophées visent, au travers d'une analyse approfondie réalisée par un jury de spécialistes, à récompenser les meilleurs produits en contribuant ainsi à assurer la transparence du marché.

Le jury a vérifié les performances et la qualité des contrats en fonction de leurs caractéristiques d'assurance, communication et innovation. Ainsi, les professionnels du monde de l'assurance ont décerné à DKV Belgium, pour la 11ème fois consécutive, le trophée de la meilleure assurance 'Soins de santé' pour son plan IS2000.

DKV Belgium est cependant bien plus que l'assureur 'hospitalisation' par excellence. En effet, DKV ne cesse de développer des produits en fonction des besoins évolutifs du marché. Ainsi, le produit DKV HOME CARE organise les soins à domicile 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 après une hospitalisation et veille à ce que les soins à domicile soient effectivement en place lorsque le patient rentre chez lui. Ce produit prévoit également une indemnité mensuelle en cas de perte d'autonomie grave et durable en soins résidentiels. DKV HOME CARE est donc le complément idéal du plan IS2000.

DKV Belgium vient également de lancer son nouveau produit DKV SMILE qui se distingue de son Plan Soins Dentaires existant par la simplicité de sa procédure de souscription (sur base de 4 simples questions) et sa prime intéressante. Avec le Plan Soins Dentaires et DKV SMILE, DKV souhaite mieux répondre aux différents besoins financiers des personnes avec des dents saines.

La meilleure preuve que DKV apporte des solutions de qualité face aux grands défis sociétaux tels que le vieillissement de la population, les traitements innovants et la prévention.



▶ **Thierry Ronvaux**
Administrateur Délégué,
Aedes

TROPHÉE DE la meilleure campagne publicitaire

Aedes - « Des pommes pour une police...
De l'agitation contre un embargo ».

C'est Aedes, une société namuroise active dans les secteurs de l'assurance auto et incendie, qui remporte cette année le trophée Decavi de la meilleure campagne de pub pour une assurance non-vie. Sur base d'une idée simple, mêlant actualité et business, cet agitateur d'assurances a prouvé que productivité et solidarité pouvaient rimer.

Des pommes, des polices et de la solidarité

Vous avez plus de 50 ans et l'embargo russe vous indignent ? Vous avez plus de 50 ans et vous souhaitez rendre à Vladimir la monnaie de sa pomme ? Alors la P50 est faite pour vous ! Ça commence comme ça, avec humour, avec un brin d'ironie. On est en plein embargo et les producteurs belges de pommes et de poires souffrent face à cette fermeture des frontières. Thierry Ronvaux, à la tête d'Aedes, souhaite mettre en place une action de solidarité tout en s'appuyant sur son nouveau produit, une assurance auto destinée aux quinquas : la P50. Le principe est simple comme une recette de compote : un courtier souscrit une P50, il reçoit quelques kilos de pommes achetées auprès d'un producteur local. Un assuré souscrit une P50, non seulement il est couvert au mieux mais en plus 25 kilos de pommes made in Namur sont envoyés chez lui ou à l'école de son choix.

C'est une campagne « print » qui est mise en place en s'appuyant sur des courriers décalés envoyés aux courtiers qui travaillent avec Aedes. Pour toucher les assurés potentiels, plusieurs publicités sont insérées en presse écrite, quotidienne ou sectorielle. Cette campagne décalée attire l'attention des médias qui relaient l'initiative dans plusieurs JT et, au total, plus de 10 tonnes de pommes seront distribuées. Comme le précise Thierry Ronvaux, « cette campagne cadre parfaitement avec l'esprit de notre société, avec la communication décalée qu'on met en place depuis plusieurs années vis-à-vis de nos courtiers, que ce soit en Wallonie ou en Flandre, avec notre slogan d'agitateur d'assurances et peut-être surtout avec notre envie d'inscrire notre activité dans une dimension qui n'est pas que financière ».

Mais derrière la communication, derrière des produits innovants, Aedes défend un sens du service unique, des délais de réaction et de traitement imbattables : maximum 2 heures en cas de nouveau sinistre, maximum un jour pour toute question de production ou de comptabilité, maximum 2 jours pour réagir à toute communication en sinistres. Le tout en offrant aux courtiers la plus totale transparence puisqu'ils peuvent suivre en direct, 24h/24 et où qu'ils soient l'évolution de leurs dossiers. Ce prix Decavi souligne également cet engagement et le parti pris d'une communication régulière et décalée vers des courtiers qui s'amusent de temps en temps en travaillant. Cette façon vaut, sans doute, bien une pomme ?



TROPHÉE DE L'INNOVATION

Innovation Particuliers

Ethias - Ethias Young Drivers

Ethias récompensée pour le lancement de son assurance auto pour jeunes, «Ethias Young Drivers»

En octobre 2014, Ethias dévoilait sa nouvelle approche «jeune» : Ethias Young Drivers. Une formule unique sur le marché en matière d'assurance Auto.

Un produit innovant répondant à une problématique sociétale souvent évoquée dans la presse. Stigmatisés par les statistiques des accidents de la route, les jeunes ont des difficultés à pouvoir s'assurer et prendre leur envol. Et s'ils y arrivent, ils doivent souvent payer des primes très élevées. Résultat, les jeunes se cachent souvent derrière l'assurance de leurs parents. Or, au lieu de l'éviter, le problème n'est que reporté : lorsque le jeune conducteur prendra enfin sa propre assurance, il devra probablement revenir à une prime plus élevée.

Une responsabilité récompensée

Ethias Young Drivers considère ces jeunes adultes comme tels en leur offrant de contracter leur propre assurance et en leur permettant de faire diminuer leur prime 2 fois plus vite qu'ailleurs lorsqu'ils roulent sans accidents. En l'absence d'accident, leur bonus-malus diminuera de 2 degrés par an (au lieu d'1) et ceci durant 2 ans.

Un soutien, de l'information et des conseils à portée de main

Ethias a donc mis en place une campagne de grande ampleur, proche des jeunes, avec comme slogan : «Jeunes au volant ne rime pas forcément avec accident». Et pour encourager les jeunes à adopter une conduite sécurisée, la compagnie d'assurances leur prodigue conseils et astuces via un site web, un compte Twitter @EthiasYD, ainsi qu'en mettant à leur disposition une app mobile pour une conduite plus sûre.



TROPHÉE DE L'INNOVATION

Innovation Entreprises

AIG EUROPE - AIG CyberEdge 2.0

Il s'agit d'une assurance innovante spécifique pour tous les risques de type cyber et liés à internet avec de nombreux services et une composante très importante en prévention. Les indemnisations sont très larges et couvrent les frais de première intervention, les dommages occasionnés aux tiers, l'interruption de l'activité, les frais de défenses de l'assuré face à des plaintes de tiers ou des investigations du régulateur, la responsabilité professionnelle, la reconstitution de base de données détruites, etc.

Grâce à AIG CyberEdge 2.0, les entreprises peuvent faire appel à une entreprise IT spécialisée qui permet de détecter les problèmes et d'y remédier.



▶ **Laurent Simon**
Directeur Offre Non Auto,
Axa Belgium

TROPHÉE DU DIGITAL

Digital Particuliers

Axa Belgium - E@sycosy

Assurance Habitation en ligne E@sycosy. Le meilleur des deux mondes.

E@sycosy est le seul produit d'assurance habitation sur le marché que vous pouvez souscrire totalement en ligne (de la simulation à la réception du contrat par e-mail, en passant par le paiement sécurisé en ligne).

Avec e@sycosy, AXA Belgium souhaite mettre en place les moyens de répondre à l'évolution des attentes des consommateurs qui passent de plus en plus de temps (comportement hybride) sur internet avant de décider d'acheter un produit d'assurance. C'est particulièrement le cas des jeunes locataires qui recherchent un produit global simple, facile, couvrant leur responsabilité locative et le contenu de leur appartement à un prix concurrentiel et qui peut être souscrit rapidement en ligne. E@sycosy est la réponse parfaite à leurs besoins. En plus d'être le seul produit d'assurance habitation à pouvoir être souscrit entièrement en ligne, e@sycosy vous offre les services et conseils professionnels d'un courtier en assurances tout au long de la vie du contrat. En d'autres termes, vous bénéficiez du meilleur des deux mondes. Et ce à un prix attractif!

Toutes les garanties dont vous avez besoin pour votre appartement

En tant qu'occupant d'un appartement de maximum 140 m², vous n'avez pas besoin d'une assurance pour un jardin, une piscine ou des panneaux solaires mais recherchez plutôt les garanties indispensables d'une assurance habitation telles que l'incendie, les dégâts des eaux, ... En complément, 3 options sont disponibles : la couverture vol pour protéger le contenu de votre appartement, la garantie protection juridique qui défend vos intérêts lors de tout conflit et l'assurance RC familiale.

Simulation simple et souscription en ligne

Vous pouvez faire une simulation en quelques clics et souscrire votre assurance en ligne en seulement quelques minutes. C'est simple et rapide! Votre courtier en assurances est à vos côtés en toutes circonstances. Votre situation familiale change? Il vous conseille le produit le mieux adapté à vos besoins. Vous subissez un sinistre? Vous ne traversez pas cette mauvaise expérience seul car il vous épaula à chaque étape jusqu'au règlement du sinistre. Sans compter ses heures, votre intermédiaire en assurances est toujours disponible et utilise les technologies de communication modernes pour rester accessible. Avec e@sycosy, vous optez pour une assurance de qualité au meilleur prix, sans payer pour les extras inutiles.

Tant pour les propriétaires que pour les locataires

Vous occupez un appartement d'une superficie de maximum 140 m² (balcons, caves et garages inclus) et vous n'avez pas eu de sinistre au cours des cinq dernières années? Que vous en soyez propriétaire ou locataire, e@sycosy est alors l'assurance idéale pour votre résidence principale.



▶ **Wilfried Neven**
CEO, Président du
Comité de Direction,
Allianz Belgium

TROPHÉE DU DIGITAL

Digital Entreprises

Allianz - ProLink PME

Le marché des PME joue un rôle essentiel en Belgique. C'est un groupe cible particulier pour lequel le conseil du courtier est primordial en matière d'assurances. Dès lors, il est important de soigner ce public cible et d'offrir à nos courtiers des outils pour mieux orienter leurs clients en PME. C'est ce qu'Allianz a fait en lançant ProLink PME.

ProLink PME est une **plate-forme d'interaction en ligne entre Allianz et le courtier** permettant d'établir des devis et de souscrire des contrats d'assurance pour les besoins du marché des PME.

Il s'agit de la seule et **unique application du secteur des assurances** qui permet aux courtiers d'envoyer eux-mêmes des devis et des projets de contrats spécifiques aux PME. La procédure est rapide et l'outil est très simple à utiliser.

Quelques paramètres et quelques clics suffisent pour permettre au courtier de **consulter un tarif, d'établir un devis et d'envoyer un projet de contrat à Allianz**, et ce 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

Et en cas de besoin, le courtier peut à tout moment faire appel à une équipe d'**Allianz spécialisée dans les souscriptions pour PME** proposant une assistance au quotidien pour toutes les demandes spécifiques.

Cette innovation concerne une **large gamme de produits**: responsabilité, responsabilité sur les lieux accessibles au public, accidents du travail, incendie, parc informatique, indépendant 24h/24 et même un package d'assurances professionnelles qui regroupe tous les produits avec de nombreux avantages à la clé pour les clients fidèles.

ProLink PME est une **application conviviale sur Internet et sur tablette**. Spécialement mise au point pour assister efficacement les courtiers dans leur approche du marché des PME, cette innovation permet au courtier de réagir plus rapidement aux besoins spécifiques de sa clientèle.



▶ **Gaëtan Smets**
Marketing Manager Collectivités,
Ethias

TROPHÉE DE LA PRÉVENTION

Ethias

Acteur en prévention dans le domaine des assurances aux collectivités, Ethias développe depuis plusieurs années des projets, initiatives et collaboration avec divers partenaires en matière de sécurité routière, de protection en incendie et vol, en santé et sécurité au travail ou encore dans le monde des fédérations sportives. Forte de son expérience, Ethias a saisi l'importance de prévoir un monitoring des risques et des sinistres, et de réduire au maximum ces derniers, notamment grâce aux nouvelles technologies.

Pour ce faire, Ethias a développé l'application tablette/smartphone de reporting en prévention avec assistance digitale : géolocalisation risques/sinistres, catégorisation risques/sinistres, dictaphone/reconnaissance vocale/voice-to-text, prise de photos/vidéos et intégration assistée dans le rapport, liens vers les textes de loi et bases de données en Accidents du Travail, etc.

Avec ce reporting en prévention rapide in situ, Ethias vise la satisfaction des assurés, mais aussi en termes d'excellence opérationnelle un gain de temps pour le conseiller en prévention, tant interne (Ethias) qu'au sein des entités (conseiller en prévention de l'entreprise cliente ou l'institution assurée).



ASSURANCE ET DIGITALISATION

Evolutions du secteur et avantages pour l'assuré

La digitalisation est de plus en plus présente dans notre vie quotidienne. Tout l'art est de bénéficier de ces avantages, sans perdre les vertus du contact humain, de la personnalisation et de la proximité. C'est le défi auquel est confronté le secteur de l'assurance. La digitalisation et le suivi par internet, l'information par site web sont des avancées indispensables. Mais que se passera-t-il en cas de sinistre ? Qui sera aux côtés du client pour l'aider ? Qui le défendra en toute indépendance ? Bien souvent, internet ramène tout de manière assez simpliste au niveau des prix bas sans souci pour la qualité du produit et, surtout, pour le service, ce qui est la vraie nature d'une assurance. La vraie question est de savoir ce que veut le consommateur, ou même plus, ce que voudra le consommateur.



Patrick Cauwert,
CEO Feprabel

Une étude récente du SPF Economie place la Belgique dans le ventre mou du classement en matière d'accès et d'utilisation d'internet. Pourtant, les objectifs européens du «Digital Agenda for Europe» (DAE) sont ambitieux: d'ici 2015, faire passer l'utilisation régulière d'Internet de 60 % à 75 % ; pour les catégories défavorisées, faire passer l'utilisation régulière d'internet de 41 % à 60 %; et réduire de moitié la proportion de la population qui n'a jamais utilisé Internet (pour passer à 15 %).

Par ailleurs, les objectifs européens passent par le développement du commerce électronique.

C'est une thématique primordiale dans le processus de numérisation de l'Union Européenne. Les objectifs sont les suivants : 50% de la population devraient faire ses achats en ligne ; 20% de la population devraient faire des achats transnationaux en ligne et 33% des PME (10 à 249 personnes) devraient effectuer des achats/ventes en ligne.

Rien que des outils

Dans ce contexte général, qu'en est-il de l'assurance ? Il s'avère que l'assurance est à la traîne en matière de commerce électronique,



DECAVI 2015
LES TROPHÉES
DE L'ASSURANCE

**Plan IS2000
toujours le numéro 1**

DKV

- remboursement des frais d'hospitalisation à 100%
- 30 jours avant et 90 jours après hospitalisation
- 27 maladies graves
- Medi-Card®

Les meilleurs soins. Pour toute la vie.

www.dkv.be



alors qu'il n'y a rien de plus simple que de «livrer» un contrat d'assurance. Le problème est donc plus profond et se situe au niveau de la confiance. C'est pourquoi, nous devons partir du réseau actuel, basé sur le courtier qui est proche de son client et en qui le client a confiance. Le consommateur trouvera dorénavant chez son courtier tous les outils digitaux pour gérer ses contrats en ligne, recevoir de l'info, faire des comparaisons, suivre ses contrats, ses sinistres et ses placements.

Une autre étude récente de SIGMA titrait: «La distribution digitale dans l'assurance: une révolution tranquille». En fait, les innovations technologiques vont faire voler en éclats nos habitudes. Retenons simplement que ces nouvelles technologies ne sont que des outils, de bêtes outils, derrière lesquels se cachent des canaux traditionnels qui sont au nombre de quatre: les courtiers, les agents, les bancassureurs (variantes des 2 premiers) et le direct. Le reste n'est qu'emballage et communication marketing.

Oser la critique

Le vrai défi se retrouve dès lors dans ce qu'on nomme le «big data», c'est-à-dire dans l'accès à une masse de données concernant les consommateurs qui permettra une analyse prédictive. Cela modifiera fondamentalement la manière dont l'assurance sera conçue, tarifée et vendue. L'étude SIGMA conclut d'ailleurs que les consommateurs continueront à valoriser l'interaction personnelle et les conseils éclairés des agents et courtiers et que l'objectif consiste aussi à utiliser la technologie pour imaginer des produits et des services davantage centrés sur le consommateur.

L'autre axe de réflexion tourne autour du

développement des réseaux sociaux et de l'interaction entre les assurés, les courtiers et les assureurs. Actuellement, chacun tâtonne. De plus, l'approche d'un prospect sera totalement différente de celle d'un client existant. Leurs besoins et leurs attentes sont parfois fondamentalement différents. L'assurance sur le web concerne davantage les news que les individus.

La présence des courtiers sur les réseaux sociaux renforcera la confiance et le sentiment de sécurité. Il faudra oser la critique sur le net, ce qui imposera aux assureurs de mieux communiquer, de mieux expliquer, de mieux informer. Cette transparence qui découle irrémédiablement de la présence sur le net sera salutaire pour le secteur.

Heureusement, les pionniers sont en route et les outils existent. Dorénavant, vous pouvez demander à votre courtier de vous donner accès à vos données en ligne en toute sécurité. Vous pourrez suivre vos contrats, vos primes quand vous le voulez et comme vous le voulez. Vous avez subi un sinistre? Vous pouvez également en suivre l'évolution en ligne, au jour le jour. Vous seriez étonné des actes effectués par votre courtier. Vous avez l'habitude de votre home banking; demandez à votre courtier l'accès à votre «My Broker».

Qui est responsable?

Autre sujet qui mérite l'attention: les objets connectés et leur utilisation intensive par les assureurs. En réalité, le dilemme est grand entre respect de la vie privée et volonté de prouver qu'on est personnellement un meilleur risque que les autres... Ce qui implique bien entendu

des réductions de primes. Nous n'allons pas ici tenir des propos philosophiques ou moralisateurs. Nous laissons à chacun son analyse et sa vision de cet avenir «connecté» qui sera sans doute trop rose ou trop noir. Il n'en demeure pas moins que la logique de la connaissance des risques permet de mieux tarifier tant que la mutualisation reste de mise et que la segmentation des risques ne pousse pas à l'exclusion.

Quoi qu'il en soit, il faudra que ces nouvelles technologies soient encadrées par des règles dictées par des hommes sages et prudents. Rien que la situation des véhicules (RC Automobile) sera complètement bouleversée dans les années à venir. A partir du moment où le conducteur, qui reste légalement responsable de son véhicule, est tributaire d'un programme informatique très sophistiqué qui l'aide et, même, le remplace en tant que conducteur, toute la question des responsabilités et de la couverture d'assurance va se poser en d'autres termes.

C'est à tous ces défis que le secteur va devoir répondre dans les années futures. Cela implique des bouleversements fondamentaux des habitudes. Comme bien souvent dans ces situations, ce seront ceux qui s'adapteront le mieux aux nouvelles conditions qui survivront. Mais ne boudons pas notre plaisir: le progrès est l'avenir de l'humanité. Et retenons simplement que chaque outil, chaque avancée technologique n'est en elle-même ni bonne ni mauvaise: elle ne sera que ce que les hommes en feront. Bref, retenons que ces avancées technologiques seront toujours positives pour l'assuré. ■

CHRONIQUE

Quand le secteur de l'assurance s'adapte au progrès technologique...

Le couple assuré/assureur doit trouver un nouvel équilibre. La digitalisation pourrait en être la clé. En tout cas, comme le révèle une étude globale de PwC, elle fait partie intégrante des attentes des clients de demain. Déjà au niveau automobile, cette mutation est palpable. Ou dans l'assistance aux personnes. Du côté des compagnies, l'utilisation des données est le grand challenge. D'autant que d'autres secteurs pourraient s'y intéresser. Bien sûr, tout cela ne va pas sans poser des questions sur le plan éthique. Et aussi stratégique. En réalité, le vrai défi n'est-il pas de parvenir à satisfaire toutes les générations ?



Dirk Vangeneugden,
PwC

À partir de 2017, un nouveau type de consommateur dominera le marché : le «digital native». Celui-ci est né avec les technologies et les média «modernes», et ses nouvelles attentes dessinent un tout autre paysage de la consommation. Il veut des processus accessibles, simples et rapides comme il a l'habitude d'en avoir dans d'autres secteurs, et entend pouvoir gérer et synchroniser toutes ses opérations, peu importe qu'il utilise son ordinateur, sa tablette ou son smartphone. Bien que friand du «tout digital», ce consommateur exprime aussi le souhait de pouvoir accéder à l'expertise d'un conseiller bien réel quand il en a besoin. Pour sélectionner un produit, le «digital native» recherchera plus spécifiquement une offre tarifée sur mesure, dont le coût tiendra compte de ses besoins, de son utilisation ou de son contexte personnel. Soucieux de faire avancer le secteur, il communiquera ses attentes et se mettra à la disposition des entreprises pour donner son avis ou entrer dans un processus de «co-création» des produits qui le concernent. Certes, la relation au digital des consommateurs en assurance variera d'une personne, d'un pays, ou d'un environnement à un autre ; mais une étude

globale de PwC permet de dessiner la tendance et d'appréhender ce nouveau profil en s'appuyant sur des indicateurs forts, comme ces 71% des consommateurs utilisant une forme d'investigation digitale (exemple : internet, réseaux sociaux) avant de souscrire à une assurance.

Répondre aux nouveaux besoins

Il est vrai que les possibilités offertes par le digital aujourd'hui permettent au consommateur d'attendre plus de son assureur, qui ne peut plus se contenter de «faire comme avant, mais sur internet» s'il veut conquérir ou, au minimum, maintenir sa part de marché. Pour trouver de nouvelles réponses aux besoins et attentes du «digital native», cet assureur doit explorer un nouveau monde fait de réseaux sociaux, capteurs sensitifs, «wearables», analyse de données, cloud computing,...

Le domaine de l'assurance automobile a été l'un des précurseurs dans l'exploitation de ces nouvelles technologies. Au-delà de l'offre d'assurance au kilomètre parcouru, certains assureurs utilisent les télématiques pour proposer une assurance automobile véritablement sur mesure, puisqu'elle tient compte d'informations sur la conduite de l'assuré, fournies par un capteur positionné sur le véhicule. Roule-t-il souvent de nuit ? Le week-end ? Des assureurs anglais couvriront dorénavant à moindre coût les jeunes conducteurs à condition qu'ils évitent certains créneaux horaires. 67% des consommateurs interrogés dans l'étude globale de PwC accepteraient d'avoir un capteur sur leur voiture ou à l'intérieur de leur maison si les données qui en ressortent rendent possible une réduction de leur prime.

En cas de sinistre, des applications disponibles sur mobile permettent au client d'envoyer instantanément une photo de l'accident

à leur assureur dans le but de déclencher immédiatement la procédure de déclaration. Simultanément, la voiture endommagée est géolocalisée via GPS et une dépanneuse est dépêchée sur place avec un véhicule de remplacement pour l'assuré. Les occasions de sinistres automobiles devraient être amenées à baisser grâce aux options «de sécurité» disponibles sur les voitures, comme les systèmes de détection des piétons. Le client optant pour ce type de véhicule pourrait dès lors revendiquer une meilleure maîtrise des risques et, donc, bénéficier d'une baisse de sa prime. Poussons même la réflexion un pas plus loin : la mise en circulation des voitures autonomes bouleversera probablement encore plus profondément les business modèles et l'environnement juridique de l'assurance automobile.



La captation et l'utilisation d'informations personnelles ou personnalisées s'appliquent déjà dans d'autres domaines, tels que l'assistance aux personnes via les «bracelets intelligents», permettant la connexion immédiate aux secours en cas d'accident, ou le secteur immobilier via des capteurs muraux mesurant précisément l'étanchéité d'une habitation dans les zones inondables.

Tout est dans les données

La quantité de données générée par ces nouvelles technologies, appelées «Big Data», est considérable. Les assureurs qui pourront exploiter ces informations en temps réel auront un avantage compétitif certain sur leur marché. Ils pourront proposer de meilleurs produits, aux meilleurs prix, aider le client à améliorer son style de vie et gagner sa fidélité en retour. Le risque de se voir distancer par les grandes compagnies ou les nouveaux concurrents comme Facebook, Google ou les constructeurs automobiles, passés experts dans la gestion des données, est réel.

Mais ce traitement d'informations amène également quelques questionnements pratiques, voire éthiques. Comment les données peuvent-elles être analysées? Quels moyens

techniques doivent être mis en œuvre pour ce faire? Quel est le risque pour l'assuré de se voir plus rapidement exclu par ces analyses ultra profilées et par la potentielle disparition d'une quelconque forme de solidarité dans l'assurance? Comment garantir la sécurité et la confidentialité des données? Progressivement, les assureurs gagnent en maturité sur ces types de questions. Dans des domaines spécifiques, comme la cyber sécurité, certains ont déjà développé de nouveaux produits couvrant les frais financiers et autres dommages collatéraux qu'engendrerait une brèche dans les systèmes.

Trouver le bon équilibre

Bien que le secteur soit considéré par les CEO des entreprises d'assurance comme le mieux placé pour profiter pleinement de toutes les évolutions digitales présentes et à venir, la démarche est encore souvent hésitante. Force est de constater que les efforts nécessaires pour suivre l'évolution du marché ne sont pas à la portée de tous. Les assureurs doivent impérativement se souvenir que c'est le client lui-même qui doit inspirer leur stratégie, et que la digitalisation est un moyen d'y parvenir, plus qu'une fin en soi.

Ces projets «Digital», bien que fondés sur des technologies, sont résolument des projets

«Business». A ce titre, il est parfois préférable de chercher des solutions flexibles, faciles à implémenter, parfois en osant l'association à des structures spécialisées dans les domaines digitaux de pointe.

L'assurance doit innover pour répondre au mieux aux nouvelles générations tout en continuant de répondre aux attentes de ses clients traditionnels. Elle doit adopter une approche plus prompte, car ce qui apparaît comme une innovation aux yeux de l'assuré peut très vite sembler parfaitement normale aux yeux de l'assuré. Le champ des possibilités est vaste. Il faudra encore un peu plus d'audace au secteur de l'assurance pour oser l'exploiter pleinement. Les clients ne manqueront pas de le lui rappeler... ■

1. PwC Insurance 2020 The Digital prize - Taking customer connection to a new level, 2014.
2. Idem. L'étude PwC global (mai 2014) a été menée auprès de 9,231 consommateurs, sur base d'échantillons représentatifs de genres, âges et revenus, dans plus de 17 pays du monde.
3. PwC 18th Annual Global CEO Survey, Key findings in the insurance sector, 2014.





Trophées de l'Assurance Non Vie 2015

Ce 29 avril, lors d'une soirée rassemblant plus de 250 personnalités du secteur, les Trophées Decavi de l'Assurance Non Vie 2015 ont récompensé les assureurs.

Les lauréats 2015 sont :

MON HABITATION

- Assurance Incendie (multirisques habitation - risques simples)

Allianz - Home Plan Xpert

- Assurance Incendie (copropriétaires)

Axa Belgium - Buildimo / Buildimax

MA RESPONSABILITE

- Assurance RC Vie privée

Axa Belgium - Confort Vie Privée

MA VOITURE

- Assurance RC Auto

Ethias - Ethias Young Drivers

- Assurance Dégâts matériels Auto

Fidea - Assurance Omnium Complète avec garantie sur le prix d'achat

- Assurance Protection juridique Auto

ARCES - L'article 1

MON ENTREPRISE

- Assurance Accidents du Travail

Federale Assurance - Assurance Accidents du Travail

MES VACANCES

- Assurance Voyage

Europ Assistance - Assurance annulation NoGo

MON ASSISTANCE

- Assurance Assistance aux personnes

Allianz Global Assistance - World Gold Protection

MA SANTE

- Assurance Soins de santé

DKV Belgium - Plan IS2000

MEILLEURE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

- AEDES - « Des pommes pour une police... De l'agitation contre un embargo. »

INNOVATION

- Innovation Particuliers

Ethias - Ethias Young Drivers

- Innovation Entreprises

AIG EUROPE - AIG CyberEdge 2.0

DIGITAL

- Digital Particuliers

Axa Belgium - E@sycosy

- Digital Entreprises

Allianz Benelux - ProLink PME

PREVENTION

Ethias

Allianz



réinventons /
la banque et l'assurance



réinventons /
la banque et l'assurance

ethias



ARCES



europ
assistance
you live we care

Allianz
Global Assistance

DKV

ædes
AGITATEUR D'ASSURANCES

ethias

AIG



réinventons /
la banque et l'assurance

Allianz

ethias

INFOS

Aimes & Co - Tél : 02-354.93.81 • e-mail : muriel.storrer@aimesco.net

Decavi - Tél : 02-520.72.24 • e-mail : laurent.feiner@decavi.be • www.decavi.be

tendances
Trends

SCOR
Global P&C



Mercedes-Benz

La Libre
BELGIQUE

Guidewire
Deliver insurance your way

AXIS
www.axis.jobs



pwc

DEKRA



LAURÉATS DES TROPHÉES DE L'ASSURANCE NON VIE

Et le prix de la meilleure Assurance RC Auto est décerné à ... Ethias !



Chaque année, les trophées Decavi récompensent les meilleurs produits d'assurance belges. Cette année, le prix de la meilleure Assurance RC Auto est décerné à Ethias. Une nouvelle reconnaissance de la qualité des produits et services de l'assureur.

Ce qui a séduit le jury Decavi 2015 ?

Ethias innove de manière constante tant dans ses produits que dans ses services. Avec, par exemple l'assurance pour les jeunes, Ethias Young Drivers, ou l'app mobile AUTO 24/7 qui permet de déclarer un accident en quelques clics. Citons aussi la garantie BOB qui couvre les dommages au véhicule conduit par un BOB, le joker pour bonne conduite ou la garantie de ne pas résilier le contrat sur la base de l'âge. Ethias est aussi joignable 24h/24. En cas d'accident, ils interviennent dans les 30 minutes et le dépannage, le remorquage du véhicule et le raccompagnement des occupants sont inclus dans la RC Auto de base. Pas étonnant qu'Ethias ait aussi été élue n°1 de la Satisfaction client en Belgique (étude indépendante Bain&co, Juin 2014).

Ethias Young Drivers : les jeunes ne veulent pas se ruiner pour s'assurer !

Partant du constat que les jeunes rencontrent des difficultés pour s'assurer et qu'ils se cachent souvent de l'assurance de leurs parents pour éviter des primes exorbitantes,

Ethias a décidé de leur donner un petit coup de service en lançant une assurance à prix raisonnable.

Ethias Young Drivers. Son avantage ? Pendant les deux premières années, ils peuvent faire diminuer leur prime deux fois plus vite qu'ailleurs s'ils roulent sans accident !



Nous voulons encourager les jeunes à adopter une conduite sécurisée

Chez Ethias, nous pensons que les jeunes au volant, ça ne rime pas forcément avec accident. C'est pourquoi nous leur prodiguons aussi des conseils et astuces pour une conduite plus sûre, via un site web, un compte twitter @EthiasYD et une app mobile.

La meilleure RC Auto en Belgique ? Celle d'Ethias !

Foncez sur ethias.be pour trouver l'assurance qui répond complètement à vos besoins.

- Couverture ultracomplète
- Service gratuit d'assistance 24h/24
- Tarifs avantageux pour les jeunes conducteurs
- Nombreuses autres réductions

Devis gratuit
Ethias.be ou
0800 23 777

Infos et conditions sur www.ethias.be.
Ethias SA, rue des Croisiers 24, 4000 Liège – TVA : BE 0404.484.654 – E.R. : D. Tornel

ethias
Les efficassureurs