



Trophées DECAMI de l'Assurance Vie 2014

Ce 22 octobre, lors d'une soirée rassemblant plus de 250 personnalités du secteur, les Trophées de l'Assurance Vie 2014 ont récompensé onze compagnies.

Les lauréats sont :

MA PENSION

Mon Epargne

• Formule à versements et retraits libres (0%)

Allianz : Invest for Life Dynamic_{3A}

• Formule à versements et retraits libres (taux majoré)

AFER Europe : Compte à versements et retraits libres

Mes investissements :

Branche 23 : Fonds low & medium risk

Belfius Insurance : Gamme Belfius Life Fund

Branche 23 : Fonds high risk

Argenta : Actions Pharma-Chimie



MA PENSION D'INDÉPENDANT

Pension libre complémentaire pour indépendants (PLCI)

VIVIUM : PLCI

Engagement individuel de pension

FEDERALE Assurance : F-Manager VIP



MES RISQUES

Mon décès : lié à un prêt hypothécaire (assurance de type solde restant dû)

BNP Paribas Cardif : Hypo Protect Classic

Mon décès : non lié à un prêt hypothécaire (primes uniques successives)

ZA Assurances : Flexi Cover T2 (Plus)

Mon revenu garanti

DKV : Plan RG Continuity + Exo



INNOVATION

Allianz : ProLink Life Plan App



ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Corporate : Belfius Insurance

Produits : ZA Assurances



MEILLEURE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Axa : « Many lives : préparez votre pension dès maintenant »



COURTAGE

AG Insurance



Infos : www.decavi.be • laurent.feiner@decavi.be - Tél : 02-520.72.24
muriel.storret@aimesco.net - Tél : 02-354.93.81



(*) Produit commercialisé dans le cadre de la libre prestation de services (LPS).

- | | | |
|--|---|---|
| 1. Olivier Lamarque, Axa | 6. Laurent Feiner, Decavi, Kathleen Van den Eynde, Allianz | 11. Les lauréats, membres du jury et organisateurs |
| 2. Diederik Moris, Allianz, Martijn Cuyppers, PwC | 7. Olivier Villers, BNP Paribas Cardif, Gérard Vandebosch, Addactis Belux | 12. Birgit Hannes, DKV |
| 3. Marc Vrijman, AFER Europe | 8. Philippe Engelen, Federale, Luc Vermeylen, Feprabel | 13. Pierre Devolder, UCL |
| 4. Philippe Landrain, AG Insurance, Patrick Cauwert, Feprabel, Frédéric Van Dieren, AG Insurance | 9. Gregory Ferrant, Argenta | 14. Wim Gepts, Belfius Insurance, Johan Guelly, CSC |
| 5. Jo Wuytack, Belfius Insurance | 10. Paul Vanderveken, VIVIUM | 15. Philippe Colle, Assuralia |
| | | 16. Jan Van Autreve, Delta Lloyd Life, Karel Goossens, IABE |

Trophées DECAVI Vie

Assureurs et assurés: s'adapter à la baisse des taux d'intérêt

Malgré la baisse des taux, les assureurs proposent encore des rendements plus qu'attractifs. Et l'engagement sociétal devient de plus en plus une de leurs priorités.

En dépit de la baisse des taux garantis, la dernière édition des Trophées de l'Assurance DECAVI a permis de mettre en lumière certains assureurs qui continuent à tirer leur épingle du jeu en affichant encore d'excellents rendements (en branche 21 et en branche 23).

Dans le cadre des formules à taux garanti (plus de 0%), AFER Europe a été récompensée pour son Compte à versements et retraits libres: rendement brut (frais de gestion de 0,475% par an) de 3,85% en 2013.

Pour les formules à taux garanti de 0%, c'est Allianz Benelux qui a été désigné lauréat avec son contrat (Invest for Life Dynamic3A). Le rendement a été de 3,15% en 2013 (pas de frais de gestion dans le contrat). Invest for Life Dynamic3A est disponible en branche 21 et constitue également la partie branche 21 du produit mixte Allianz Invest (branche 21-23).

En branche 23 de type low & medium risk, c'est Belfius Insurance qui a été récompensée avec sa gamme Belfius Life Fund. Des 133 fonds comparés dans cette catégorie, plusieurs fonds 'Life Equities' de la gamme Belfius Life Fund ressortent en 1ère, 2ème et 3ème position sur 1, 3 et 5 ans.

En branche 23 de type high risk, c'est Argenta (Actions Pharma-Chimie) qui ressort. La gamme Argenta Fund Plan



Laurent Feiner (DECAVI) et Muriel Storrer (Aimes & Co)

(24 fonds) n'impose pas de frais d'entrée, de sortie ou de transfert (les seuls frais sont ceux liés à la gestion: 0,75% par an.)

Mais l'assurance ne se limite pas à l'octroi d'un taux garanti: elle vise surtout à couvrir un risque: pension, décès, invalidité... Vu la baisse des taux d'intérêt, les assureurs n'ont d'autre choix que d'innover et s'engager davantage d'un point de vue sociétal. Explications...

TAUX BAS: QUELLES SOLUTIONS POUR LES ASSURÉS?

Le paradoxe est là: l'assuré exige davantage de rendement mais la conjoncture ne permet plus aux assureurs de prendre des risques démesurés et d'offrir des taux garantis exorbitants sur de longues durées. Il n'existe plus de recettes-miracle pour obtenir des taux élevés. Car

les assureurs ne peuvent pas faire n'importe quoi: ils doivent continuer à permettre aux citoyens de maintenir un niveau de vie décent après leur pension.

Il y a fort à parier que si les taux du marché devaient rester au niveau actuel (on prédit même une baisse des taux d'intérêt), la garantie du capital versé deviendrait sans doute le maximum. Et dans ce cas de figure, l'assuré qui veut davantage devra s'orienter vers la branche 23 (assurance Vie liée à des fonds d'investissement) et donc assumer le risque lui-même. Pourtant, aujourd'hui, nous constatons que le Belge place plutôt son argent sur des comptes d'épargne bancaires sans risques, alors que l'assureur offre des rendements bien plus élevés.

Les taux bas actuels incitent donc les assureurs à repenser fondamentalement leur offre. C'est ainsi que des produits

de la branche 23 ou de la branche 44 (mix entre branche 21 et 23, d'où le terme de '44'), par exemple, offrent, dans un environnement de taux bas, de meilleures perspectives de rendements aux assurés.

La branche 23 permet, moyennant l'acceptation d'une certaine prise de risques, de dynamiser le rendement global de son épargne sur le moyen-long terme. Mais cela nécessite de passer par un investissement partiel sur les marchés boursiers. Quant à la branche 44, elle permet un panachage entre garantie et risque limité.

Bien sûr, certains rétorquent que le taux d'intérêt garanti n'est qu'une composante du rendement final d'une assurance Vie. C'est vrai que la fiscalité et les participations bénéficiaires (PB) per-

mettent de majorer quelque peu le rendement final. Mais si on ne prend que le critère des PB, celles-ci se réduisent à pas grand-chose depuis quelques années et sont en baisse de plus en plus prononcée. En effet, pour distribuer des PB, il faut faire des bénéfices, ce qui est de moins en moins évident dans le contexte financier actuel... De plus, la législation récente n'incite pas à communiquer sur les participations bénéficiaires, ce qui complique sensiblement les choses.

En effet, la nouvelle législation interdit la PB discrétionnaire dans des campagnes publicitaires. La loi relative aux assurances énonce désormais que la PB discrétionnaire ne peut plus être mentionnée dans les publicités et autres documents de commercialisation.

Conséquence: depuis le 1er novembre dernier, la PB ne peut plus être utilisée comme argument de vente (ce qui pénalise plus spécifiquement les produits à taux garanti à 0%): tous les exemples chiffrés concernant la PB discrétionnaire tels que des rendements du passé ou des pronostics pour l'avenir doivent être enlevés de toutes les publicités (brochures, mention sur les sites Internet...).

Le taux garanti n'est guère plus attrayant actuellement: il varie de 0% à un maximum de 2,50%. L'assuré doit donc se tourner vers des contrats où il est prêt à prendre des risques, mais moyennant un rendement global potentiel plus élevé mais non garanti.

ENGAGEMENT SOCIÉTAL & INNOVATION

Si dans la conjoncture actuelle, les assurés ont tout intérêt à se montrer moins frileux quant aux risques, cette conjoncture de taux bas oblige également les assureurs à 'repenser leur

métier'. Innovation et engagement social deviennent des évidences pour la plupart des entreprises du secteur de l'assurance.

Il ne faut pas oublier que désormais, les assureurs couvrent toute une série de risques naguère inassurables, comme le terrorisme et les tremblements de terre. Il est vrai que les problèmes sociétaux ne manquent pas et les assureurs essaient d'y apporter une solution à tous les niveaux:

- le vieillissement de la population: amélioration de l'espérance de vie, problèmes liés aux maisons de repos, etc.;
- la santé (dans un sens large) et la dépendance des personnes âgées (celles qui ne sont plus autonomes pour effectuer les gestes les plus simples: s'habiller, manger seul, se déplacer...). Certains assureurs, encore très minoritaires, proposent une assurance Dépendance;
- la mobilité: covoiturage, mise à disposition de vélos au sein des entreprises, promotion de la mobilité et encouragement des employés à effectuer les déplacements domicile-travail à vélo...;
- la prévention des risques individuels et collectifs qui constitue un volet non négligeable du métier de l'assurance mais qui profite à l'ensemble de la collectivité;
- la sécurité routière: via notamment la garantie Bob incluse dans l'assurance Auto;
- les nouvelles technologies et l'impact sur la prévention, la santé, etc. (octroi d'un Digipass spécial aux personnes atteintes d'un handicap visuel...);
- l'éthique: principes d'Investissement Responsable (ensemble de règles de



Les organisateurs des trophées DECAVI entendent récompenser les meilleurs produits et attirer l'attention sur les initiatives innovantes des assureurs. Info: www.decavi.be

bonne conduite visant à promouvoir, au niveau de la gestion financière, des critères environnementaux, sociaux, gouvernance d'entreprise...);

- l'écologie: intégration de l'environnement dans la gestion de l'entreprise...;
- la diversité: en regard des valeurs d'humanisme, gestion proactive et dynamique de matière liées à la diversité, à la lutte contre les discriminations, etc.

Si les assureurs prennent de nombreux engagements sociétaux et le font savoir, il est toutefois rare qu'ils traduisent leurs engagements au niveau de leurs produits et solutions d'assurance. Nous citons toutefois quelques assureurs qui traduisent leur engagement sociétal au niveau de leurs produits.

QUELQUES EXEMPLES

Nous citons les exemples de Belfius Insurance, DKV Belgium, Ethias et ZA assurances (reprise récemment par Delta Lloyd Life).

Belfius Insurance. Avec Portfolio21, Belfius Insurance ne se contente pas d'exclure les investissements non conformes aux normes éthiques en vigueur: son objectif consiste également à obtenir des améliorations de la part des émetteurs dont la politique s'écarte des standards internationaux.

Les aspects éthiques et durables de la politique d'investissement concernent tous les portefeuilles dont Belfius Insurance a la charge. L'assureur estime en effet impossible de ne gérer qu'une partie de son portefeuille selon des normes éthiques et de négliger les critères non financiers dans la gestion de l'autre partie.

DKV Belgium. A travers son engagement sociétal, DKV Belgium vise à proposer des produits qui font face aux grands défis sociétaux tels que l'impact du vieillissement de la population (sur les coûts des services de soins de santé), l'accès(sibilité) aux traitements inno-

vants et l'abordabilité des soins de santé, la prévention et le bien-être au sens large.

Le Plan soins dentaires octroie un remboursement préférentiel aux assurés qui font preuve de prévention.

Le Plan RG Continuity + Exo prévoit une rente mensuelle et un budget spécifique pour les frais de revalidation pendant la durée de l'incapacité de travail, mais également le transfert automatique à 65 ans en assurance dépendance complémentaire DKV Home Care et ce, à vie. Le plan DKV Home Care garantit une prise en charge financière en cas de perte d'autonomie et des services d'assistance (organisation, coordination et paiement).

Ethias. Cet assureur a traduit son engagement sociétal, notamment par son concept Un Cœur pour le Sport: la couverture des accidents cardiaques et vasculaires cérébraux pendant la pratique sportive. Ces accidents n'étaient pas couverts par les polices d'assurance sportives classiques. Un Cœur pour le Sport a été officiellement lancé à l'occasion de la journée mondiale du cœur de

ZA Assurances. Dans le cadre de ses assurances Décès, ZA Assurances (reprise par Delta Lloyd Life) apporte une solution concrète aux diabétiques (on évalue le nombre de diabétiques à quelque 450.000 en Belgique, mais 400.000 personnes ignoreraient qu'elles souffrent de diabète) qui désirent souscrire une assurance Décès.

Aucune surprime n'est appliquée moyennant certaines conditions: diabétique non fumeur, assurance liée à un crédit hypothécaire pour l'acquisition ou la conservation d'une habitation propre et unique appartenant au diabétique assuré, capital assuré de moins de 500.000 EUR et valeur glucidique sous contrôle (en outre, l'assuré ne doit pas avoir de problèmes cardiaques, rénaux ou oculaires, et aucune autre affection particulière). L'assureur répond ainsi à une problématique sociétale qui consiste à faciliter l'accès à l'assurance Décès pour les diabétiques... sans surprime.

Les buts des Trophées DECAVI de l'assurance sont multiples: récompenser les assureurs dans le cadre de leur produits sur base de différents critères (www.decavi.be), mettre l'accent sur des pra-

“Le paradoxe est là: l'assuré exige davantage de rendement mais la conjoncture ne permet plus aux assureurs de prendre des risques démesurés.”

l'OMS le 29 septembre 2012 et a été saluée par de nombreuses associations sportives, Assuralia, ainsi que le monde politique.

Cette couverture proposée aux fédérations sportives permet de couvrir les accidents cardio-vasculaires et vasculaires-cérébraux survenant pendant ou juste après la pratique sportive. Cette initiative est complétée par des formations à l'utilisation de défibrillateurs dispensées auprès des fédérations et associations sportives.

tiques innovantes, mettre en lumière de nouvelles tendances. L'engagement sociétal des assureurs est clairement, à n'en point douter, une tendance nouvelle sur le marché qui se décline de différentes façon, en fonction de chaque assureur. Il est évident que l'implication sociétale des assureurs est amenée à s'amplifier dans le futur. Tout profite pour les assurés... Vous trouverez la liste complète des gagnants des trophées DECAVI Vie en page 6.

Laurent Feiner