

Compte-rendu

CEO-Event de Decavi: douzième édition

Une période palpitante pour le secteur belge de l'assurance.

Le défi principal que les assureurs ont à relever consiste sans aucun doute à trouver les solutions appropriées aux nombreux dilemmes sociaux et sectoriels actuels, tout en satisfaisant aux attentes toujours plus élevées des consommateurs. Lors du 12ème Insurance CEO Event de Decavi, ce n'était pas la matière à discussion qui manquait.

Lors de chaque édition de cet événement réservé aux dirigeants du secteur, Laurent Feiner, CEO de Decavi, veille à confier à des parties diverses le commentaire des sujets retenus. Il n'en fut pas autrement cette fois. Avec Hilde Vernailen, CEO du groupe P&V, Kathleen Van den Eynde, CIO Technical Life & Health d'Allianz Benelux, et Hans Verstraete, directeur général de KBC Assurances, ce sont les représentants d'un assureur multichannel, d'une compagnie à courtiers et d'un bancassureur qui ont ainsi pris la parole.

L'AVENIR

Le premier thème proposé par Laurent Feiner concernait le rôle dévolu à l'assureur dans le futur.

Pour Hilde Vernailen, ce rôle implique essentiellement que les assureurs ont à couvrir des risques sur le long terme: "Ils permettront ainsi à l'économie de se développer en toute sérénité dans un environnement sûr et de poursuivre l'évolution sociale que nous avons connue au cours des septante années écoulées." Le défi consiste selon elle à rencontrer de manière proactive les besoins effectifs de la clientèle.

Hans Verstraete a confirmé que les assureurs devaient veiller à continuer à assumer leur métier de base, qui est de supporter les risques, tout en demeurant prêts à



Hans Verstraete, Laurent Feiner et Hilde Vernailen

s'adapter à toutes les mutations qui les attendent.

Kathleen Van den Eynde a précisé: "Oter leurs soucis aux clients demeure une de nos missions fondamentales. Mais nous assumons également une fonction sociale, notamment en assistant les pouvoirs publics dans leurs investissements d'infrastructures."

Hilde Vernailen a souligné à ce propos que le secteur de l'assurance s'était engagé, lors de la récente conférence de Paris sur le climat, à consacrer d'ici à 2020 au moins 20% de ses investissements à des placements durables. "On observera que nous ne partons pas de zéro: nous leur consacrons déjà 16% de nos investissements."

NOUVELLES FORMES D'ACHAT

Dans le secteur bancaire, les développements technologiques et l'évolution des comportements des consommateurs ont déjà suscité l'apparition de nouveaux acteurs et de formes nouvelles de produits, a fait observer un participant: "Ne voit-on pas la même chose se produire dans le secteur de l'assurance?"

Hans Verstraete a répondu qu'on assistait à la multiplication des achats collectifs, même d'assurances, et que dès à présent des produits d'assurance simples étaient proposés par des canaux alternatifs. "Certains géants de l'Internet tenteront peut-être de s'emparer d'une part du gâteau. Nous devons nous armer pour faire face à ce genre d'évolutions, même si pour l'instant le constat est que la Belgique n'est que faiblement affectée par cette tendance. Les systèmes d'assistance à la conduite fournissent aux constructeurs automobiles des trésors d'informations. Toutes ces données leur serviront-elles à intervenir eux-mêmes comme assureurs? Ou vont-ils les vendre? Comment réagirons-nous?"

Hilde Vernailen a évoqué le congrès de Feprabel au cours duquel un géant de l'Internet a déclaré que son entreprise ne manquerait pas de répondre aux attentes des clients que les assureurs ne satisferaient pas. A l'occasion de ce même congrès, un constructeur automobile a affirmé se préparer à ce que, à l'horizon 2020, aucun blessé grave ni décès ne soit plus à déplorer suite à un accident impliquant un de ses véhicules, et qu'il aurait



par conséquent intérêt à supporter lui-même le risque résiduel virtuel au lieu de l'assurer.

Kathleen Van den Eynde a insisté quant à elle sur les nouvelles opportunités qui se présentent et sur l'importance d'en tirer parti. "Si nous ne répondons pas aux besoins d'assurance de nouveaux prestataires tels que Uber et Airbnb, d'autres le feront à notre place."

PRIORITÉ AU CONSEIL

D'où, naturellement, la question posée aux membres du panel sur leur vision personnelle de l'évolution de la distribution de l'assurance.

"La profession va changer, suite à l'apparition de nouvelles lois, de nouveaux produits et de nouveaux modes de fonctionnement," estime Hilde Vernailen. "Toutefois, la fonction de conseil demeurera indispensable, du fait de la complexité qui continue à caractériser les assurances. D'une part, les technologies modernes feront évoluer le comportement d'achat du consommateur y compris en matière d'assurances et, d'autre part, elles libèrent de l'espace et du temps au profit de l'intermédiaire, mettant celui-ci en mesure de mieux faire la démonstration de sa valeur ajoutée."

C'est une obligation, et pas seulement dans le chef des intermédiaires, souligne Hans Verstraete: "Il reviendra de plus en plus au consommateur de décider com-



ment et auprès de qui il souscrit ses assurances. Par ailleurs, assureurs et intermédiaires doivent se préparer à une augmentation systématique de la pression sur les tarifs."

Dans le public, quelqu'un a fait observer que le secteur de l'assurance n'était pas spécialement au fait des technologies modernes et qu'il comptait une proportion élevée de collaborateurs âgés. Les trois

membres du panel lui ont répondu que leur compagnie travaillait à résoudre le problème, en investissant dans ces technologies et dans des collaborateurs aux compétences appropriées, afin non seulement de suivre le mouvement, mais encore d'anticiper les évolutions du comportement des consommateurs.

SERVICES

Comme deuxième thème à traiter, Laurent Feiner avait choisi l'évolution des produits d'assurance et leur prolongation éventuelle dans des partenariats avec des tiers.

Les clients, confirme Hans Verstraete, attendent de leur assureur non seulement qu'il prenne en charge leurs risques, mais bien entendu qu'en cas de sinistre il procède à une réparation. "Peu importe qu'il s'en charge lui-même ou via des tiers. Nous devons prendre en compte à cet égard l'évolution de notre société contemporaine, comme le phénomène de la voiture partagée."

Hilde Vernailen cite à ce propos l'exemple de jeunes qui vont habiter ensemble pour

DAS

Nous vous aidons toujours

Service BOX PROF



Laurent Feimer,
CEO de Decubi



Hilde Vernailen,
CEO du groupe P&V

Kathleen Van den Eynde partage cette opinion, tout comme Hans Verstraete qui ajoute l'importance d'éviter à tout prix que les consommateurs se bornent à comparer les polices sur le seul montant de leur prime. "En effet, outre les garanties, le service qu'ils obtiennent peut lui aussi faire une sensible différence. Surtout en assurance Non-vie."

VIE

Un autre participant voit une opportunité de choix dans la transformation de l'épargne à court terme en épargne à long terme. Cependant, le secteur de l'assurance n'est qu'insuffisamment conscient des atouts dont il dispose en Vie sur les plans technique, juridique et fiscal.

Hans Verstraete acquiesce: "Il est bien vrai que notre métier doit être en partie réinventé. Nous avons, comme on l'a dit, à trouver d'autres façons de communiquer avec les clients et de les conseiller efficacement. Et nous ne devons pas attendre de nos intermédiaires qu'ils en assument seuls la charge."

épargner sur les coûts. Quant aux partenariats, elle répugne à aller trop loin: par exemple, elle n'a guère envie d'ouvrir une centrale de pneus qui répondrait aux attentes 'all-in' du client. Par contre, une association avec une tierce partie pourrait s'avérer une solution satisfaisante.

Kathleen Van den Eynde a ajouté trois observations. "Les assureurs n'ont encore aucune expérience en matière de pricing des risques nouveaux, tels que Uber. Ensuite, en matière d'engagements de pension, cela vaut certainement la peine de prévoir un asset mix qui évolue avec le cycle de vie, comme cela se pratique depuis longtemps déjà aux Pays-Bas. Enfin, de plus en plus de consommateurs souhaitent une assurance ad hoc, qui leur garantisse une prestation de service au moment où ils se trouvent concernés."

Hans Verstraete exprime à ce sujet sa préoccupation quant aux garanties que les consommateurs peuvent, et parfois même sont presque obligés de souscrire accessoirement à un produit ou à un service: "Ils ont à peine lu, voire pas du tout, les conditions générales de tels contrats et se demandent – en considérant le montant peu élevé de la prime – s'ils sont bien assurés. Libérer le client de ses inquiétudes, cela implique à mes yeux lui éviter de se poser ce genre de question."

Un participant réagit: "J'ai l'impression que nous évoluons vers des produits de plus en plus simplifiés."

"Vu la facilité avec laquelle, par exemple, le consommateur peut faire assurer sa nouvelle voiture, il a déjà le sentiment abusif que les assurances ne sont pas une matière complexe," fait observer Hilde Vernailen. "D'autant plus qu'à coup sûr, à l'avenir, la souscription d'une assurance sera encore simplifiée. Voilà qui nous contraindra à informer nos clients encore plus clairement qu'aujourd'hui quant aux risques assurés."

**LE PROGRÈS EST PASSIONNANT,
MAIS PAS SANS RISQUES.**

Drones, robots aspirateurs, voitures autonomes... Le monde change très vite. Voilà pourquoi Vivium propose les meilleures solutions d'assurance, qui protègent vos clients encore mieux contre les risques d'aujourd'hui. Et de demain.

Votre account manager vous renseignera volontiers.

Votre Courtier Votre meilleure Assurance

P&V Assurances SCRL, Siège Social - Rue Royale, 151 - 1210 Bruxelles -
Entreprise d'assurance agréée par la FSMA sous le code 0058 - RPR/A Bruxelles - TVA BE 0402 236 531

“Nous devrions retrouver le ‘fun’ en Vie,” estime de son côté Kathleen Van den Eynde. “Je songe en particulier à la branche 23 et à la branche 44, en combinaison avec une approche ‘life cycle management’ aux mesures du client. Nous devons également nous positionner plus clairement en tant qu’acteurs très importants du deuxième pilier des pensions. Les fonds de pension ne s’en privent pas, alors même que leur part de marché est nettement plus réduite.”

“Nos solutions pour le deuxième pilier connaissent une progression remarquable parce que nous en faisons très activement la promotion, avec nos partenaires courtiers,” complète Hilde Vernailen. “Toutefois, dans nos propositions au client, nous ne pouvons pas nous laisser gouverner uniquement par les conditions difficiles du marché. Ce sont ses besoins à lui qui doivent déterminer le produit Vie qui lui convient le mieux.”

PRÉVENTION

Là où le bât peut blesser en assurances, c’est lorsque le client est déçu du règlement d’un sinistre. Hans Verstraete fait observer à ce sujet que la plupart des clients ne sont confrontés à un sinistre que tous les dix à douze ans - il ne s’agit, bien sûr, que d’une moyenne. “Que faisons-nous dans l’intervalle?... C’est pourtant très important. Nous devons aider régulièrement le client à actualiser son dossier d’assurance et mieux l’informer sur le contenu concret des garanties qu’il a souscrites.”

Aux Pays-Bas, depuis le début de cette année, des cartes d’assurance ont été introduites systématiquement, a relevé un membre de l’assistance. Il s’agit de cartes digitales que les assureurs peuvent mettre sur leur site Web et qui permettent aux clients, à l’aide d’icônes, de trouver rapidement des informations sur leurs assurances.

Hilde Vernailen relève que Brocom a un projet équivalent en préparation. “Mais attention: évitons de noyer les clients sous une avalanche d’informations. Nous devons également les rendre conscients de l’utilité de la prévention. Non seulement

afin de limiter le dommage lorsqu’ils ont une mésaventure, mais surtout pour éviter la survenance même du sinistre.”

“L’image suggérant que l’assureur n’est là que pour couvrir les risques n’est pas correcte,” enchaîne Hans Verstraete. “Nous avons une connaissance approfondie des mesures de précaution à prendre et nous les mettons à la disposition de nos clients dans le cadre d’initiatives en matière de prévention.”

TECHNOLOGIE

Troisième thème: la digitalisation, les Big data et l’Internet of things.

“Nous avons à notre disposition un gigantesque trésor de données relatives à nos clients. L’analyse de la typologie de leurs comportements peut contribuer à une meilleure prévention de leurs risques et à un meilleur accompagnement,” note Kathleen Van den Eynde. Elle a évoqué l’exemple d’une appli lancée en Asie l’an dernier et qui a rencontré instantanément un succès sans précédent: via leur smartphone les utilisateurs signalent ce qu’ils

ont mangé et ils reçoivent immédiatement en retour des conseils alimentaires appropriés.

Hans Verstraete a mis en garde contre les excès de la segmentation: “Nous ne pouvons en arriver ainsi à exclure de l’assurance certains de nos clients. Le gouvernement ne nous le permettra d’ailleurs pas.”

Kathleen Van den Eynde réagit: “La segmentation est souvent introduite à la demande du client. Il est d’accord pour qu’on détermine un prix en vue de la mutualisation du risque, mais un ‘juste’ prix.”

“Si nous poursuivions dans cette voie, nous aboutirons à une société duale, avec des citoyens assurés et d’autres qui ne le seront pas. Il nous revient d’en rendre le consommateur plus conscient,” préconise Hilde Vernailen. “La technologie numérique ne permet d’ailleurs pas seulement une segmentation plus fine. Elle nous met aussi en mesure d’augmenter le niveau d’efficacité de nos systèmes de gestion, de mieux communiquer avec le client et de lui fournir un meilleur service. En concertation avec nos intermédiaires, qui tout comme

Certains métiers donnent le vertige

Chez Allianz, l'assurance Accidents du Travail à les pieds sur terre.

- Allianz WorkSafe, un outil exclusif de prévention
- Une offre PME en temps réel
- Une gestion digitalisée des contrats et sinistres

Assurances

Allianz

Allianz Europe SA - Rue de la Loi 35 - 1000 Bruxelles - Tél. +32 2 214 61 81 - www.allianz.be - TVA: BE0430251387 - RPA: Bruxelles-Entreprise d'assurance agée par la BSR
 Banque d'accréditation de la Banque Nationale de Belgique "N° de licence" - BSR Régulateur de la Banque et de la Banque de Belgique 14, 1000 Bruxelles, www.bsr.be
 Éditeur responsable: C. Duhaet - Rue de la Loi 35 - 1000 Bruxelles - Tél. +32 2 214 61 11 - 1504110

nous n'exploitent encore qu'insuffisamment les nombreuses ressources des technologies modernes."

"Sur le plan de l'administration, beaucoup d'améliorations sont encore possibles. Asuralia y travaille d'arrache-pied auprès des autorités publiques, jusqu'au niveau européen," rappelle Hans Verstraete. "Nous sommes, par exemple, tenus jusqu'à présent d'adresser un exemplaire de la police. L'initiative néerlandaise qui vient d'être évoquée n'est pas aussi stricte."

SOLVENCY II

Le quatrième thème abordé était la période qui fait suite à l'introduction de Solvency II.

Hans Verstraete a estimé qu'il était encore trop tôt pour se prononcer à ce sujet: "Nous venons tout juste de franchir le seuil de Solvency II. Les analystes découvrent peu à peu les implications de cette réglementation, et même l'organe de contrôle continue à se familiariser avec elle. Nous aurons bien des choses à apprendre au sujet de la volatilité sous l'empire de Solvency II et sur l'impact de cette réglementation, notamment sur les produits qui requièrent un montant important en capital."

Hilde Vernailen a signalé l'apparition sur le marché de tout nouveaux instruments d'optimisation de la charge en capital. "Les caractéristiques propres de l'assureur ont aussi leur importance à cet égard. Observez, par exemple, les différences entre les trois compagnies que nous représentons: la filiale d'un groupe d'assurance international, un bancassureur belge aux activités internationales et une un groupe coopératif d'assurance belge qui ne propose que des assurances et exclusivement dans notre pays. Nos différences de structures entraînent naturellement des différences fondamentales dans la façon idéale de parvenir à l'optimisation au sein de chacune de ces compagnies."

"Solvency II rend certains actifs peu attractifs à cause de l'importance du capital requis," souligne Kathleen Van den Eynde. "Il s'agit toujours d'optimisation, de ne



*Kathleen Van den Eynde,
CIO Technical Life & Health Allianz
Benelux*



*Hans Verstraete, directeur général
KBC Assurances*

devoir constituer que le pare-chocs de capital le moins important possible. Mais, comme on l'a rappelé, la volatilité joue elle aussi un rôle déterminant. Dans le modèle standard, le ratio est plus stable, ce qui est également une forme d'optimisation."

"Un modèle interne n'a pas nécessairement en soi comme résultat un besoin moindre de capital," juge Hilde Vernailen. "Nous refusons d'ailleurs de recourir à des stratagèmes pour maintenir le niveau de capital aussi bas que possible. Nous sommes tenus de conserver suffisamment de moyens financiers en vue de garantir la pérennité de nos activités."

"Le modèle standard est utile," convient Hans Verstraete, "mais un modèle interne reste nécessaire si nous voulons surveiller de près notre solvabilité. Chaque assureur, et par extension le secteur dans son ensemble, a tout intérêt à ce que le risque de solvabilité soit correctement géré."

FAIBLESSE DES TAUX

Comme dernier thème de discussion, Laurent Feiner avait choisi la faiblesse actuelle des taux d'intérêt.

Hilde Vernailen se félicite de pouvoir affirmer que la plupart des assureurs Vie ont fait le nécessaire pour couvrir correctement leurs réserves: "En bons gestionnaires, nous effectuons des simulations, et ainsi chacun peut voir quelles mesures doivent

être prises." A ce propos, elle a insisté sur les effets problématiques de la faiblesse des taux sur certains produits Non-vie également, notamment en accidents du travail. "Il faudra aussi voir comment les clients vont réagir. Ils bénéficient aujourd'hui d'une garantie de rendement, mais accepteront-ils que bientôt peut-être nous ne leur accorderons plus qu'une garantie de capital?"

Pour Kathleen Van den Eynde, cette situation fait peut-être porter davantage encore l'accent sur la segmentation de la clientèle, sur la technique d'assurance et sur la politique de souscription: "Bien des clients ne se satisfont pas d'un rendement plus faible que celui auquel ils étaient accoutumés. Peut-être sont-ils disposés à présent à prendre plus de risques." Et elle a répété à ce propos sa remarque sur la tendance de certains assureurs à mener une politique d'investissement alternative.

A entendre Hans Verstraete, les assureurs Vie devraient explorer de nouvelles voies qui leur permettraient de faire la preuve de leur valeur ajoutée. "Nous devons apprendre à vivre avec la situation telle qu'elle se présente aujourd'hui, donc entre autres avec des taux d'intérêt négatifs. Ne pratiquons pas la politique de l'autruche. Les marchés évoluent, tantôt positivement, tantôt négativement. Nous ne pouvons rien faire d'autre que nous adapter."

Jan De Raeymaecker