

ENTRETIENS CROISÉS

# La bancassurance, un modèle qui a vécu?

La bancassurance est très présente en Belgique. Avec quels avantages pour les clients?

PROPOS RECUEILLIS PAR LAURENT FEINER

Dans le cadre du 9<sup>e</sup> CEO Event organisé par Decavi et PwC, nous avons recueilli l'opinion de Hilde Vernailen, CEO du Groupe P&V et Marc Raisière, CEO de Belfius Insurance sur le concept de bancassurance. Le groupe P&V y est opposé, alors que Belfius Insurance est un bancassureur affirmé. Aperçu des arguments développés par nos deux illustres invités. Le client peut-il y trouver son bonheur?

La bancassurance consiste à vendre des produits d'assurance aux clients d'une marque bancaire par le biais d'une collaboration plus ou moins intégrée entre ce banquier et un, ou parfois plusieurs, assureur(s). Cette vente s'opère principalement par le biais des guichets bancaires. Toutefois, dans les formes plus intégrées de la bancassurance, les modes de distributions évoluent avec la société, notamment par le biais de l'*Internet banking*, et bientôt probablement aussi le *mobile banking*.

Ce modèle de distribution permet au banquier de proposer une offre financière et assurantielle globale à ses clients tout en diversifiant ses revenus et en optimisant l'utilisation de son réseau de vente. Le problème majeur réside dans la taille de certains groupes. Au plus fort de la crise financière, on ose à peine imaginer le risque qu'aurait fait

courir à l'économie belge une faillite d'un groupe comme Fortis. Soit le phénomène bien connu du *too big to fail*.

## Bancassurance en Belgique : surtout la vie !

Tout comme dans d'autres marchés nationaux, la bancassurance domine certains segments en Belgique. Sur base de l'enquête réalisée par Assuralia relative aux canaux de distribution dans le secteur de l'assurance en Belgique (publiée le 28 février dernier), on

## L'importance du phénomène de la bancassurance n'est plus à démontrer en Belgique.

constate une progression lente mais continue de la bancassurance. En 2011, le courtage affichait une part de marché de 36,60% (aussi bien pour l'assurance-vie que non vie), contre 30,60% pour la bancassurance et 18,50% pour le direct (vente d'assurance sans intermédiaire).

Mais c'est en assurance-vie que la bancassurance est le mieux représentée: elle affiche une part de marché de 64,80% (pour les nouvelles souscriptions), contre

à peine 29,20% au courtage et 2,50% au direct. En 2011, elle a constitué le principal canal de distribution pour les assurances individuelles relevant des branches 21 (assurances-vie affichant un taux garanti) et 23 (assurances-vie liées à des fonds d'investissement, sans taux garanti). En branche 21, sa part de marché demeure pratiquement inchangée puisqu'elle s'établit à 54,6%, alors qu'en branche 23, elle est de 85,20% (+ 3,40%).

Dans le cadre de l'assurance non-vie, la bancassurance demeure, en Belgique, fort modeste: 7,20%, contre 58% au courtage et 20,2% au direct. Mais en assurance familiale, elle intervient quand même pour un sixième du chiffre d'affaires et 19% en assurance habitation! ☺

## Approche globale du client

### TRENDS-TENDANCES. En quoi le modèle de la bancassurance est-il intéressant pour Belfius ?

MARC RAISIÈRE. Même s'il n'existe pas qu'un seul type de bancassurance, je constate qu'en Belgique, les six premières banques de dépôt sont toutes actives dans la bancassurance : BNP Paribas Fortis, Belfius, ING, KBC, Axa et Argenta. L'importance

du phénomène de la bancassurance n'est plus à démontrer en Belgique. Elle a permis de développer fortement l'activité d'assurance-vie, et principalement les produits d'épargne, activité naturellement proche de celle du banquier. Belfius Insurance croit par ailleurs fermement dans le développement de l'activité non-vie par le canal de la bancassurance et investit les moyens nécessaires à son développement dans les années à venir. L'avantage premier pour un groupe de bancassurance est d'acquiescer des clients à un faible coût (le niveau de commissionnement étant moins élevé que dans le courtage) et d'optimiser l'utilisation de ses forces de vente par une augmentation de sa productivité. De plus, l'intimité de la relation entre le banquier et son client lui permet d'utiliser au mieux les informations dont il dispose pour proposer le bon produit au bon client, ce qui se traduit en assurance par une identification plus aisée des bons

risques. L'extension géographique du réseau de banque, la force de la marque et la maîtrise du processus de vente de bout en bout sont autant d'éléments qui renforcent cette intimité entre le client et son bancassureur.

### Quels sont les avantages pour le client ?

La bancassurance répond à un souhait de commodité des clients, ce que nous appelons le *one stop shopping*. Il est confortable pour le client de profiter du contact avec son banquier (nettement plus fréquent qu'avec son assureur) pour régler par la même occasion ses questions d'assurance. De plus, pour les raisons d'intimité déjà évoquées, le bancassureur a une réelle vision de la situation de son client, bien plus que l'assureur, ce qui nous permet de lui proposer une offre globale plus appropriée.

En cas de sinistre, le client a aussi l'avantage d'être traité dans le cadre d'une approche globale liée à la relation que nous avons avec lui. Ce qui peut constituer un risque pour nous dans la mesure où, mécontent d'un dossier, le client pourrait quitter sa banque... et clôturer l'ensemble de ses contrats d'assurances. Si nous en croyons les enquêtes réalisées très récemment auprès de notre clientèle bancaire, les clients confirment leur satisfaction à l'égard de ce modèle avec un taux de 96% de clients satisfaits à très satisfaits.

### MARC RAISIÈRE, CEO DE BELFIUS INSURANCE

«Le client peut acheter plusieurs produits financiers auprès d'un seul et même interlocuteur capable de couvrir l'ensemble de ses besoins.»



IMAGEGLOBE

## Répondre aux **défis sociétaux** du futur

### **TRENDS-TENDANCES. Pourquoi n'avez-vous pas opté, au sein du Groupe P&V, pour un modèle de bancassurance ?**

**HILDE VERNAILLEN.** C'était pourtant le cas dans le passé. Mais nous avons revendu la Banque Nagelmackers au groupe Delta Lloyd. Nous nous sommes en effet rendu compte que le métier de l'assureur était très différent de celui du banquier. Le banquier récolte de l'épargne, octroie du crédit, gère des Sicavs... en se focalisant sur le court terme. L'assureur permet, au contraire, de se constituer une pension, assure un véhicule, couvre la responsabilité d'un individu, etc. A ce titre, il se focalise davantage sur le long terme. Le métier du banquier est de faire de l'argent, celui de l'assureur de gérer le risque. Cette différence de métier explique pourquoi nous ne sommes pas présents en bancassurance.

Autre constat : le client reste fidèle à son assureur et à son banquier. Mais le taux de satisfaction est plus élevé auprès du courtier ou de l'agent (la vente d'assurances par le biais d'un courtier et d'un agent constitue le business model du Groupe P&V) que du bancassureur. La raison est simple : le conseil personnalisé constitue un facteur clé dans le cadre de la fidélisation d'un client.

### **Dans le futur, quel sera l'avantage pour un assuré de faire appel à un assureur qui n'est pas un bancassureur ?**

Compte tenu de de cette différenciation de métier, un assureur est plus à même d'apporter une réponse adéquate aux défis sociétaux de demain (vieillesse de la population, santé, changement climatique, nouvelles technologies). Ces défis



**HILDE VERNAILLEN,  
CEO DU GROUPE P&V**  
«Notre modèle est plus apte à répondre aux défis du futur dans un monde qui se complexifie.»

auront un impact non négligeable sur les nouveaux risques qui vont peu à peu supplanter les risques traditionnels.

Je ne nie bien évidemment pas le succès actuel du modèle de la bancassurance en Belgique, surtout au niveau des produits d'épargne et d'investissement et certains produits de base tels que l'assurance habitation.

Mais leur scoring demeure plus limité au niveau de la confiance auprès du consommateur, le conseil personnalisé, l'offre de produits ou encore l'aptitude à solutionner certains risques. Notre modèle est plus apte à répondre aux défis du futur dans un monde qui se complexifie. Notre proximité avec nos assurés nous permettent donc de mieux les servir.