



Spécial Congrès de la CSCA

Transformation

pour le courtage

Le courtage d'assurance est confronté à une transformation profonde. Réglementation, évolution des structures et réorganisation de la CSCA sont au programme d'une période de transition. **PP. 4-5**

INTERVIEW

« Le courtage n'est plus le même qu'il y a quelques années », Dominique Sizes, président de la CSCA

P.3

MOUVEMENTS

Les nominations dans le courtage et l'assurance

P.8

ASSURFRANCHISE

permet aux agents généraux et courtiers de fidéliser leur portefeuille

Le courtier Assurmix lançait en décembre 2013 Assur Franchise, une nouvelle assurance permettant de réduire ou racheter la franchise restante à la charge d'un assuré, en cas d'accident responsable. Six mois plus tard, Assur Franchise a fait ses preuves auprès de plus de 200 agents généraux et courtiers.

« Aujourd'hui, nous avons dépassé de 400% nos objectifs initiaux de développement, en passant d'un premier objectif de 50 agents généraux et courtiers partenaires à plus de 200 », affirme Frédéric RIMBERT, gérant d'Assurmix. « Les agents et courtiers qui ont adopté le produit commercialisent jusqu'à 50 nouvelles assurances par mois et nous estimons le potentiel de transformation de portefeuille de 30 à 40%, chez nos clients agents et courtiers ».

Face aux durcissements des franchises dans les contrats des assureurs, le produit et son mode de commercialisation sont très bien accueillis. Selon le sondage Assurmix pro de mai 2014, « 95% distributeurs considèrent le produit comme une vraie solution complémentaire à l'activité. »

Frédéric RIMBERT ajoute : « Bien que nos lancements produits soient un succès (Assur ski, Assursport, Assurkids), notre stratégie a été depuis le démarrage la mise à disposition de ce produit uniquement chez les agents et courtiers partenaires afin de leur offrir le meilleur produit d'appel du marché ».

Compatible avec toutes les compagnies d'assurance, Assur Franchise peut se souscrire à tout moment. Que le tiers soit identifié ou pas, l'assuré responsable d'un sinistre automobile ou habitation a la possibilité de supprimer le reste à charge pour 30 euros/an pour 300 euros de franchise. Si l'assuré est détenteur de plusieurs contrats (Auto / MRH / Moto), un produit Multi Franchises est alors accessible dès 54 euros/an pour 300 euros de franchise.

La valeur ajoutée d'Assur Franchise est l'outil de gestion informatique, qui a été pensé pour tous types d'agents et courtiers, du plus au moins expérimenté en informatique.

Cet outil permet aux agents généraux et courtiers de souscrire en moins de deux minutes et d'éditer les pièces, de suivre leur activité, leurs commissions et de déclarer leurs sinistres. L'outil informatique permet également aux intermédiaires de souscrire ce produit et les autres marques d'Assurmix (Assurski, Assursport ou Assurkids). « Un outil simple et ergonomique, sans gestion, comme on les aime » commente M. Dup, agent général.

« La présence auprès des distributeurs est une relation importante que nous ne négligeons pas. Nous visitons nos partenaires régulièrement afin de leur apporter une présence commerciale dynamique, sans contrainte, une vraie unité de business détachée, qui est appréciée par les distributeurs », explique Frédéric RIMBERT.

« Lorsqu'un assuré se voit déduire de son remboursement final entre 600€ et 1 500€ de franchise en moyenne pour un sinistre automobile, il peut facilement se sentir trahi et décider de résilier tous ces contrats d'assurance ainsi que ceux qu'il a généralement apportés (la famille, les amis...). Il existe alors une vraie perte de rentabilité pour l'intermédiaire qui a suivi et fidélisé son client durant un certain nombre d'années et se voit tout perdre du jour au lendemain.

La solution d'Assur Franchise a été pensée pour protéger le client, en l'informant de la possibilité de racheter sa franchise. Le devoir de conseil de l'agent ou courtier auprès de son client est donc parfaitement rempli. Le client avisé comprend alors que si la solution est retenue, aucune franchise ne restera à sa charge, le jour du sinistre.

« Assur Franchise permet donc aux agents généraux et courtiers de protéger leurs clients face à des situations financières qu'ils n'avaient pas prévues, de fidéliser leur portefeuille avec un produit innovant », conclut Frédéric RIMBERT.



Crédit photo : DR

INTERVIEW

Dominique Sizes

Président - CSCA

« Le courtage n'est plus le même qu'il y a quelques années »

Que vous inspire ce 8ème congrès de la CSCA qui se tient à Paris ?

C'est un congrès particulier, dans la mesure où un changement de gouvernance va se faire. Jusqu'à présent, Hervé (Houdard, DG de Siaci Saint-Honoré - *ndlr*) s'est exprimé pour dire qu'il continuerait le travail de fusion, que, à regret, je n'ai pas réussi à finaliser. Même si à ce jour il n'y a qu'un seul candidat déclaré, je pense que nous serions arrivés à un consensus à la tête de la CSCA, qu'il vienne de la négociation entre prétendants ou du fait que l'un des impétrants décide de se retirer.

Quand la fusion se fera-t-elle ?

C'est à chacun des syndicats d'avancer en prenant une décision de dissolution ou d'évolution avec des conditions suspensives. Nous devons faire en sorte que les syndicats fassent cette fusion. Il faut amorcer la pompe et le reste suivra. C'est en cours, ce n'est pas spectaculaire, mais j'espère que d'ici la fin de l'année, ce sera fait.

Quel bilan tirez-vous de votre exercice à la tête de la chambre ?

On a pu avoir l'impression d'un point de vue extérieur qu'on se regardait le nombril avec cette fusion qui a beaucoup de

mal à se mettre en place. En réalité c'est la partie visible de l'iceberg. Il y a eu un gros travail de la chambre en interne, notamment sur EDI Courtage 2.0 ou sur les grands défis liés à la réglementation : l'ANI, les lois Hamon et Duflot ou encore tout ce qui concerne le niveau européen, comme DIA 2, Solvabilité II, la réforme MIF, etc. C'est une sorte de travail de fourmis qui nous a beaucoup occupé. Autre point, nos relations avec l'ACPR sont bonnes, même si nous pouvons déplorer les trop nombreux changements d'interlocuteurs à Bercy. Je me félicite enfin des excellentes relations que nous avons pu avoir avec la FFSA ou Agea (fédération des syndicats d'agents généraux, *ndlr*). Je prends l'exemple de manifestes communs signés des trois présidents, chose qui n'avait pas été faite depuis longtemps.

A titre personnel, quel retenez-vous de vos deux présidences ?

A un moment donné, il faut savoir s'arrêter et laisser la place aux plus jeunes. Je regrette de ne pas avoir pu mener à bien cette transformation, mais je fais confiance à l'équipe à venir pour continuer le travail. J'ai un métier qui m'emmène au-delà des frontières. J'étais donc obligé de jongler avec un emploi du temps difficile. Je

vais finalement pouvoir souffler un peu et ma famille sera contente, car elle me verra plus (*rires*). J'ai fatalement un peu de nostalgie car j'ai beaucoup aimé faire ça. On a eu un rythme soutenu de travail. C'est une expérience formidable car le courtage, tel qu'il est en train de se profiler, n'est plus le même qu'il y a quelques années.

Peut-on s'attendre à vous revoir sur le devant de la scène du courtage par la suite ?

Pour la suite, je suis co-président du Scan (Syndicat des Courtiers d'Assurances et de réassurances de la région Nord) à qui je vais pouvoir donner un petit peu plus de temps et faire profiter nos adhérents de mon expérience et de ma lecture des choses. C'est très important car nous avons la même transformation à faire localement. En étant président de la CSCA, j'ai toujours considéré que j'avais un devoir de réserve. Dans quelques jours, je serai assis au Conseil National et je vais reprendre ma place de président d'un syndicat de province et donc retrouver la liberté de parole car je n'ai jamais perdu ma liberté de penser.

Thierry Gouby
news-assurances.com/tg

L'ÉDITO

de Benoît Martin
Rédacteur en chef

Mue du courtage

Il y a un an, à Reims, le courtage version Champagne, se rassemblait pour le Congrès annuel de la Chambre syndicale, son représentant, son porte-voix dans le paysage de l'assurance française.

Un an après, le champagne a fait place à la grisaille parisienne. Et pour cause. La CSCA a bien du mal à trouver la voie de sa réforme, et, dans une année riche en bouleversements réglementaires, à trouver une voix qui porte assez pour situer les intermédiaires à leur véritable place : entre le client et l'assureur. L'intérêt du client, que la réglementation sur la transparence et la rémunération ne manquera pas de remettre au goût du jour, va en effet déferler sur la profession avec un impact qui ne semble pas encore bien perçu, tout au moins officiellement, par les acteurs de ce monde si particulier. Ce alors même que le courtage se sort peu à peu de la crise économique, en se segmentant et en se spécialisant, en trouvant en son sein les relais de sa croissance quand les assureurs se montrent frileux. Après une période mouvementée, le courtage est en pleine reconstruction, ce qui lui laisse l'opportunité de se réinventer, de trouver (et prouver) sa légitimité auprès de ceux dont il est le garant du meilleur service : le client final. Le chemin est loin d'être facile et droit, mais cette route demande un attelage complet, une solidarité et une union impératives pour faire face aux dangers.

INTERVIEW

BILAN

« Un système à deux étages pour la CSCA »

Deux questions à :

Robert Leblanc, PDG d'AON en France,

Quelle est votre position au sujet de la fusion au sein de la CSCA ?

Au sujet de la CSCA, ce qui me paraît le plus important c'est de préserver un système à deux étages, avec la Chambre syndicale qui est l'organe unique de représentation de la profession et, à l'étage en dessous, un ou plusieurs syndicats organisés en fonction de ce que chacun veut bien faire. Le projet qui consiste à tout écraser pour fusionner et obtenir une instance monobloc, ça ne marche pas. Deux syndicats ont même affirmé qu'ils se retireraient si ce système était mis en place. Que les syndicats fusionnent entre eux, je n'y suis pas opposé, mon seul avis déterminé est de ne pas écraser la structure pour la mettre à plat. Il faut absolument garder deux étages. Tous les syndicats régionaux sont aujourd'hui abrités par la CSCA qui fonctionne en l'état depuis que je l'ai créé en 2006.

Quel bilan tirez-vous de la vente en ligne de produits d'assurance pour particuliers que vous avez lancé il y a quelques mois ?

Nous ne sommes pas surpris de la bonne santé de notre activité de vente de produits d'assurance en ligne pour les particuliers, car nous avons pris le temps de regarder les choses. Il s'avère que notre approche a été bonne. Nous continuons d'avancer de manière prudente mais déterminée sur ce que l'on considère comme de l'affinitaire, car pour nous il s'agit d'un domaine d'activité dans lequel il y a beaucoup de choses à faire. Il y aura donc d'autres produits mis en vente sur internet, mais aussi par le biais d'autres relais pour nos clients futurs. L'idée est de développer l'affinitaire par tous les moyens qui sont à notre portée en développant les offres produit.

Le secteur va-t-il vers une plus g

Touché par le contexte économique difficile et une réglementation toujours plus dense, le courtage dans son ensemble cherche un nouveau souffle. Entre un marché du grand courtage toujours plus concurrentiel et de petits acteurs indispensables mais fragiles, les grossistes tirent leur épingle du jeu. Tour d'horizon d'une profession qui, par la force des choses, semble se segmenter peu à peu.

Même si la crise pèse encore sur le marché du courtage, la profession en tant que telle reste solide, malgré les idées reçues. Pour preuve, le nombre de courtiers en assurance inscrits à l'Orias (Organisme pour le registre des intermédiaires en assurance) ne faiblit pas. « Sur la période 2012/2013, nous ne constatons pas d'érosion du nombre de courtiers. Les fortes augmentations des années précédentes s'expliquent plus par une mise en conformité que par un développement économique pour

Si les grands courtiers traversent la crise sans heurts, ils se livrent pourtant une guerre sans merci, sur un marché où les clients sont de plus en plus regardants sur la concurrence et où les assureurs tirent les prix vers le bas. Deux tendances qu'il faut contrer pour les spécialistes des grands risques.

« Il y a aujourd'hui un marché des courtiers tendu car il y a beaucoup de compétition, mais il y a en parallèle un marché de la souscription avec les assureurs qui, lui, n'est pas tendu », lance Hervé Houdard, directeur général de Siaci Saint-Honoré. « Nous sommes dans un marché où il y a toujours de la matière à traiter avec des clients à assurer. Par contre, la concurrence est très dure et certains acteurs préfèrent vendre à perte plutôt que ne rien vendre. Cela crée des conditions de compétition très difficiles. Il y a un certain nombre d'affaires où le prix trop bas ne nous permet pas une rémunération suffisante », explique de son côté Robert Leblanc, PDG d'Aon France.

Vers une segmentation des clientèles pour les courtiers

certaines acteurs », précise Grégoire Dupont, son secrétaire général (voir par ailleurs).

« Ce chiffre est tout de même à prendre avec des pincettes puisqu'il n'y a pas 'un' mais 'des' courtages en assurance. Entre un courtier qui ne fait que de l'assurance-vie et un Marsh par exemple, ce n'est pas forcément le même métier. Il y a vraiment des réalités économiques différentes autour de ce vocable », précise M. Dupont.

Aujourd'hui, ce n'est donc pas le nombre de professionnels qui pose problème mais plutôt leur positionnement sur un marché complexe.

Au travers de ce marché qui déborde de capacités, la compétition entre les courtiers sur les activités commerciales perturbe finalement les résultats des acteurs du Top 10. « Nous sommes sur un marché difficile où la matière assurable ne continue pas à se développer naturellement », explique Franck Allard, PDG du courtier Filhet-Allard. « Il faut aller la chercher ou il faut reprendre des affaires à la concurrence. Cela fait baisser les prix, nous passons notre temps à rattraper le retard et nous ne pouvons plus nous développer tout en perdant évidemment sur nos marges. »

Quelle place reste-t-il pour le courtage de proximité ?

Face aux géants du secteur, les « petits » courtiers et les acteurs de proximité arrivent-ils à survivre ?

Entre modestes cabinets de province et enseignes familiales ouvertes depuis plusieurs générations, le problème est

Grande segmentation du courtage d'assurance ?

tout autre, même si les enjeux sont finalement similaires.

« Nous avons les mêmes problèmes que tout le monde car au final il y a moins d'argent qui circule. Nous enregistrons évidemment une majoration des primes de la part des compagnies d'assurance sur les risques des particuliers, notamment en auto, mais surtout en MRH », explique Miche Pinet, vice-président du courtage de proximité à la CSCA (Chambre syndicale des courtiers d'assurance).

Si les professionnels dits de proximité semblent indispensables - notamment en matière de conseil - la clientèle est aujourd'hui beaucoup plus exigeante et pousse les courtiers à se spécialiser d'avantage. « En ce qui concerne le marché du courtage, se met en place petit à petit une segmentation des clientèles. Toute le monde ne pourra pas continuer à faire de tout », précise Franck Allard. « Aujourd'hui, les entreprises sont demandeuses de valeur ajoutée dans le conseil et sur tout un tas de risques et de problématiques. Un homme seul dans son cabinet n'a pas la capacité d'être omniscient, et forcément une certaine clientèle se porte petit-à-petit vers des structures plus importantes avec la certitude d'obtenir des réponses adaptées. Tout cela veut dire que les portefeuilles continuent à bouger et je pense que l'évolution du courtage tend vers une segmentation avec des clients adaptés à la taille du cabinet. »

Courtiers grossistes, la relève ?

Face aux difficultés rencontrées par les petits acteurs du courtage, les courtiers grossistes se révèlent être une alternative efficace, notamment face au manque de guichets. « Comme les discussions sont plus difficiles avec les clients et que certains assureurs réduisent leur nombre de courtiers partenaires, les petits et moyens acteurs se tournent vers les grossistes », note Michel Pinet.



« Nous, courtiers grossistes, avons un rôle à jouer pour simplifier le processus de distribution pour ces courtiers de proximité, peut-être aller au delà, de les aider à se mettre en conformité sur les problèmes de réglementation (ndlr - notamment l'ANI, la loi Alur et la loi Hamon) et les conseiller », explique Laurent Ouazana, directeur général de Ciprés-Vie et secrétaire général du Syndicat 10.

« Il y a aujourd'hui une vraie place pour ceux qui sont réactifs. Il ne faut pas entretenir la sinistrose ! Certes notre métier est plus contraignant et de plus en plus réglementé, mais quand la prestation est à la hauteur de l'attente du client, on arrive très bien à sortir son épingle du jeu », précise Sylvie Langlois, directrice générale de Solly Azar.

Les problématiques des grossistes ne sont pas exactement les mêmes que pour le reste du marché. Rien ne semble arrêter les principaux acteurs de ce créneau où de récents acteurs, comme Santiane, apportent de nouvelles perspectives de développement, notamment via Internet.



Thierry Gouby
news-assurances.com/tg

Evolutions du nombre de courtiers depuis 2007

En 2007, les courtiers enregistrés à l'Orias comme tels étaient 16.206. En 2013, ils étaient 1/3 de plus, soit 21.550. Voici le détail de cette évolution.

2007	-	16.206
2008	-	17.834
2009	-	18.506
2010	-	19.796
2011	-	20.675
2012	-	21.163
2013	-	21.550

Source : Orias

MOUVEMENTS DU COURTAGE

Luc Malâtre devient directeur général de CNA France

CNA Europe vient de nommer Luc Malâtre au poste de directeur général de CNA France. Il occupe également la fonction de directeur régional Europe Continentale du spécialiste de l'assurance commerciale, à partir du 2 juin 2014. Après avoir effectué l'essentiel de sa carrière dans le groupe Gras Savoye puis comme consultant indépendant auprès de courtiers et d'assureurs en France et sur le marché européen, Luc Malâtre est désormais responsable de la conduite de la performance, du développement des affaires et de la distribution de CNA pour la France, ainsi que de la supervision de la direction des bureaux régionaux au sein de l'Europe Continentale et du Royaume-Uni. Basé à Paris, il dépendra directement de John Hennessy, directeur général de CNA Europe.

Renaud de Pressigny prend la direction générale de QBE France

La filiale française de l'assureur australien

a nommé fin mars Renaud de Pressigny au poste de directeur général. Renaud de Pressigny était jusqu'alors membre du conseil stratégique du cabinet Arengi. Il a pris le 31 mars le poste de directeur général de QBE France. Passé chez Diot, Aon, Marsh et Gras Savoye notamment, Renaud de Pressigny a été recruté au début de l'année par l'assureur australien. Il a la charge de mener à bien le plan 2014 – 2018 de QBE Europe, dont l'entité française est la plus importante en taille. Les cibles de QBE France, dans le cadre de son développement et du maintien de sa rentabilité, seront les PME et ETI, ainsi que la défense de son portefeuille des grands comptes.

Un nouveau DRH chez SPB

Jean-Christophe Boisseau vient d'être nommé directeur des ressources humaines et membre du Comité Exécutif du groupe SPB. Il devra notamment assurer la mise en place de la politique des ressources humaines pour l'ensemble des entités du courtier. Basé à Paris et au Havre, il aura pour mission

d'assurer la définition et la mise en place de la politique des Ressources Humaines pour l'ensemble des entités du courtier. Rattaché à Jean-Marie Guian, président du directoire du groupe SPB, Jean-Christophe Boisseau devra également soutenir la croissance de l'entreprise grâce au déploiement de pratiques RH à la fois globales et locales pour favoriser le développement des activités de l'enseigne en France et en Europe.

Thomas Ducorps évolue chez Verspieren

Thomas Ducorps vient d'être nommé directeur de Marché au sein de la direction Épargne Retraite de Verspieren. Entré chez le courtier nordiste en 2008, Thomas Ducorps sera rattaché au directeur Épargne Retraite, Didier Clareboudt. Il aura en charge le suivi et le développement de la fonction commerciale sur l'ensemble de l'offre produit (retraite et épargne collective) et prestations de services (bilans retraite, journée de formation retraite et préretraite).

VIDEOS

**Les agents Allianz, rassurés, repartent en conquête**

Réunis en Congrès début mai, les agents généraux Allianz ont pu faire part de leurs attentes à une direction qui a annoncé des mesures importantes.

www.news-assurances.com/9tg3

JT du 2 juin

**La FNMI pourrait disparaître, résultats de Mondial Assistance et enjeux de la CSCA**

Dans le JT de cette semaine, Maurice Ronat explique pourquoi la FNMI va disparaître, retour sur les derniers résultats et présentation des enjeux à quelques jours du congrès de la CSCA.

www.news-assurances.com/n129

Reportage

**« Il y a des entreprises dans lesquelles on trouve des carences »**

Jean-Marie Levaux, vice-président de l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR), revient au micro de News Assurances Pro sur les pratiques non conformes découvertes par le régulateur.

www.news-assurances.com/zrk6



Extrait



DOSSIER

Internet et loi consommation, un bon ménage pour l'assurance ?

Internet va donner aux assureurs deux outils pour, à la fois, contrecarrer et profiter de la loi consommation et sa facilité de résiliation : Internet peut s'envisager comme un outil de défense et de conquête.

Cet article est un extrait d'un dossier complet à retrouver sur www.newsassurancespro.com

La présence en ligne est un enjeu fort dans la relation client. Avec la loi Hamon qui se profile, l'expérience sur Internet est importante pour, tout à la fois, fidéliser les assurés en portefeuille et ouvrir une vitrine capable de partir en conquête des prospects.

Encore une fois, Allianz a fait fort en mettant sur son site un outil de tarification en une minute, et 5 questions, en assurance auto. Avec un questionnaire plus court que celui d'un comparateur, logé sur le site allianz.fr, l'assureur passe clairement en mode offensif pour tous les prospects qui viendraient s'informer sur ces produits par le site. Mais pas seulement. Les sites sont en effet souvent un outil de communication avec les clients. Il s'agit, alors, de défendre le portefeuille soit en passant par du multiéquipement, soit en suivant les besoins et en répondant rapidement aux desideratas des assurés.

Sur le site de la Maif par exemple, près d'un quart (23%) des connexions réalisées entre le 1er janvier et le 30 avril 2014 ont donné lieu à l'ouverture de l'espace personnel par les sociétaires. Pour la mutuelle niortaise, ce sont 830 000 sociétaires connectés. Même s'il s'agit d'un chiffre « global », un même sociétaire pouvant revenir plusieurs fois dans la même période, c'est un chiffre important dans le cadre de la relation entretenue avec l'assuré.

Autre chiffre important pour la Maif, 44% des devis ou simulations réalisés sur maif.fr le sont par des sociétaires. Et, là encore, il ne s'agit que de sociétaires identifiés. Une appétence pour la gamme qui se retrouve chez tous les assureurs consultés. Les clients, en passant par l'espace client, même relancés par des opérations marketing, sont sensibles à ce que proposent leur assureur. Dans



le cadre de la loi Consommation et sa résiliation infra-annuelle, « *Internet est un outil de conquête, mais il sert également pour défendre le portefeuille* », relève Jean-Marc Willmann, directeur délégué opérations et relations sociétaires à la Maif. Les assureurs travaillent sur le suivi des devis faits par les assurés en ligne, les techniques de web call-back,

sation » chez les assureurs. Car ce que cherchent avant-tout les internautes, c'est une offre complète et de qualité, mise en avant avec professionnalisme. Les chantiers sont en cours.

**Benoit Martin**news-assurances.com/bm

830.000 sociétaires connectés en 4 mois pour la Maif

ainsi que sur le multicanal, c'est à dire l'association d'internet, du téléphone et des agences pour transmettre les informations clients.

Comme le dit Hamid Benamara, directeur général du comparateur LesFurets.com, « *la loi Hamon va accélérer la digitali-*

NOUVELLES STRATÉGIES EN LIGNE ?

Après une demi-décennie passée à (essayer de) vendre l'assurance sur internet, le secteur semble prendre une nouvelle mesure des enjeux. Dans les états-majors, le sujet est maintenant central et les stratégies peaufinées pour répondre tout à la fois aux besoins des groupes comme des clients. La mutation des contacts clients et prospects, la place des comparateurs comme les enjeux de data font partie intégrante du renouveau sur le web.

**RETROUVEZ LE
STAND QUATREM AU
CONGRÈS DE LA CSCA
2014**



Généralisation de la couverture santé à tous les salariés,
optimisation de la protection sociale d'entreprise,
statut des TNS...

Vous n'êtes pas seul.

Bénéficiez de l'accompagnement de Quatrem. Que ce soit en santé,
prévoyance ou en épargne retraite, nos équipes vous donnent le meilleur
pour vos clients, vos prospects... et donc pour vous.

Retrouvez nos offres sur **quatrem.fr**

Q
quatrem
Assurances intermédiaires
Groupe Malakoff Médéric