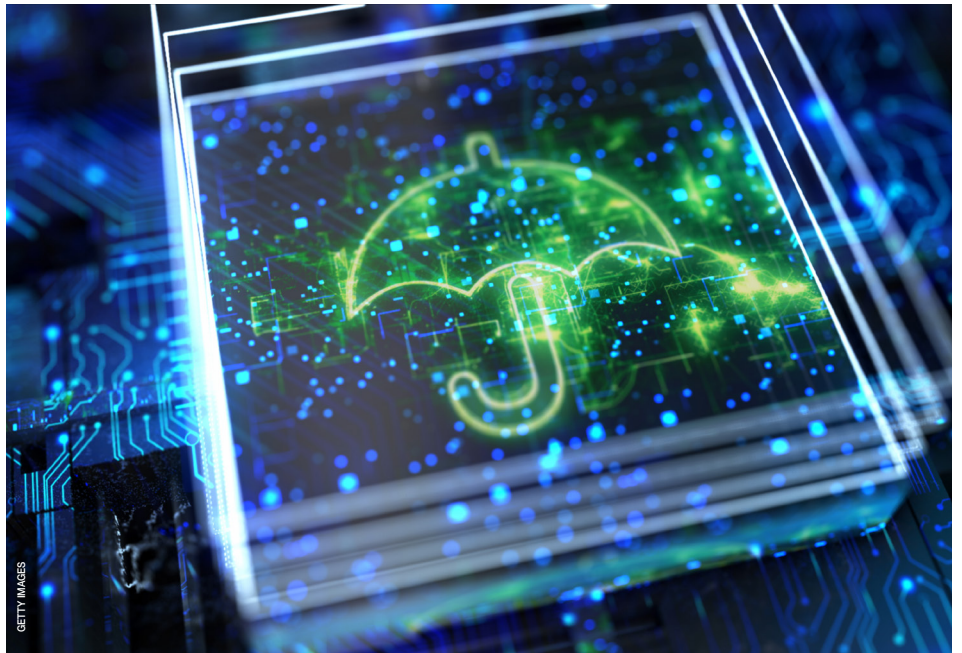


CONQUÊTE, RECONQUÊTE ET PROTECTION DE PARTS DE MARCHÉ

L'assurance est une priorité pour les groupes bancaires, à la recherche de leviers de croissance et de rentabilité. Les banques s'appuient à la fois sur la taille de leur portefeuille client et l'important maillage territorial de leurs réseaux de distribution. Ils ont également profité des différentes réformes assouplissant les conditions de résiliation des contrats d'assurance, qui, à l'exception probablement de celles concernant l'assurance emprunteur, leur ont permis de gagner des parts de marché.



Dommages, santé, emprunteur, épargne mais aussi assurance des professionnels et des entreprises... : les bancassureurs se sont positionnés ces dernières années sur des pans de plus en plus larges de l'assurance et proposent aujourd'hui des offres plus complètes. En dommages aux particuliers par exemple, alors qu'ils étaient entrés sur le marché avec des offres souvent jugées low cost, ils peuvent pour la plupart désormais répondre à la plupart des besoins de leur clientèle cible.

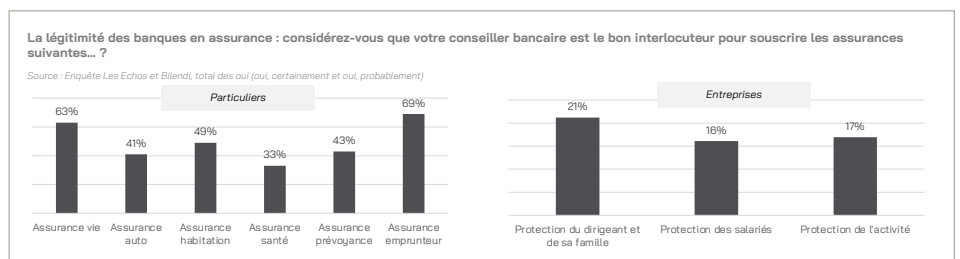
Les bancassureurs doivent désormais à la fois développer leur offre et protéger leurs positions historiques sur un marché de plus en plus concurrentiel. Cela passe pour les groupes bancaires par une intégration croissante de leurs filiales d'assurance. Mais cela passe aussi par la mise en place de partenariats, par exemple avec des assuretechs pour venir compléter le portefeuille de services et d'offres ou avec certains de leurs concurrents qui maîtrisent mieux les spécificités de ce marché, en particulier en termes de gestion de sinistres.

Le premier chantier des filiales d'assurance des banques reste néanmoins la quête de la légitimité, auprès des particuliers comme des entreprises.

En effet, en santé et en dommages en particulier, les bancassureurs souffrent encore d'un déficit de légitimité, que ce soit auprès des particuliers ou des entreprises. Si les stratégies de communication ont leur importance, c'est surtout via l'élargissement de l'offre, afin de proposer l'ensemble des produits, que l'image d'assureur des banques se renforcera. La montée en gamme des produits proposés est également cruciale. Une fois la clientèle acquise, les bancassureurs doivent également travailler

sur la rétention des assurés. S'ils misent beaucoup sur le digital, la qualité de la couverture et des services, la dimension humaine de la relation avec l'assuré et la personnalisation du conseil ne doivent pas être négligés.

Où en sont les bancassureurs sur le marché ? Comment les banques et leurs filiales d'assurance s'organisent-elles pour distribuer efficacement les produits d'assurance ? Comment protègent-elles leurs parts de marché sur leurs positions fortes et en gagnent-elles sur les autres segments ? Notre étude répond à ces questions et à bien plus encore.



Source : Les Echos Etudes





Sommaire de l'étude

Aller à l'essentiel : synthèse de l'étude et perspectives d'évolution

La bancassurance en France

Les grands modèles de la bancassurance : spécialistes vs généralistes, dépendance plus ou moins importante aux réseaux de distribution du groupe d'appartenance, poids de l'assurance dans le PNB...

Les fiches des principaux acteurs : organisation, chiffres clés, gammes de produits et principaux axes stratégiques

La bancassurance et l'international : la présence des bancassureurs français à l'étranger

La dynamique de la bancassurance

Les déterminants de l'activité en assurance

L'évolution de l'activité en assurance : croissance

sur les différents segments et marchés clients, rentabilité...

Les forces et les faiblesses des bancassureurs

Les enjeux et les stratégies des bancassureurs

Les stratégies de différenciation et d'innovation

Le renforcement des activités d'assurance des groupes bancaires : élargissement de l'offre, montée en gamme, ciblage de nouveaux types de clientèles, intégration croissante de l'activité, recherche de rentabilité en assurance-vie, etc.

L'optimisation de la distribution : ventes croisées, le développement des partenariats (distribution des offres d'assurance en dehors des réseaux du groupe, la distribution d'offres de concurrents par les réseaux, la co-crédation d'offres)...

À PROPOS DES ECHOS ÉTUDES

Les Echos Études est le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Les Echos, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Nous accompagnons depuis plus de 25 ans les acteurs publics et privés dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la vision prospective de leur métier.

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR UN EXTRAIT DE L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Service Presse : Charlotte Saiman tél. 01 87 39 76 35 ou par mail : csaiman@lesechos.fr

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source « Les Echos Etudes ».