



Le marché français de la bancassurance

Quelles stratégies pour poursuivre et accélérer la conquête du marché de l'assurance ?

Une étude pour

Disposer

d'une analyse détaillée des chiffres de l'assurance et de la bancassurance

Identifier

les forces et les faiblesses des bancassureurs sur tous les segments du marché de l'assurance

Mieux appréhender

la légitimité des bancassureurs grâce à notre enquête exclusive auprès des particuliers et entreprises

Comprendre

les stratégies et les positionnements des différents acteurs de la bancassurance en France

Un 360° de la bancassurance en France

LES BANCASSUREURS PROFITENT DE LA VOLATILITÉ ACCRUE DES CLIENTS POUR GAGNER DES PARTS DE MARCHÉ

Confrontés à la stagnation puis à la baisse des revenus en banque de détail, **les groupes bancaires ont mis l'assurance au cœur de leur stratégie** au cours des dernières années, capitalisant sur leur clientèle et leurs importants réseaux physiques de distribution. Les bancassureurs ne cessent ainsi de grignoter des parts de marché aux autres acteurs. En assurance-vie, leur marché phare, sur lequel ils disposent d'une très forte légitimité, leur poids a ainsi augmenté de 4 points depuis 2009, pour atteindre 65% selon la FFA. En dommages corporels et en biens et responsabilité, leurs parts de marché ont gagné respectivement 3 et 3,7 points sur la même période.

Les efforts et les investissements des bancassureurs se sont donc révélés payants. En particulier depuis 2014 et la loi Hamon qui a accru la volatilité des assurés. Bien sûr, les bancassureurs souffrent aussi de la hausse du turnover des portefeuilles en non-vie mais **l'augmentation du taux de résiliation est, pour la plupart des acteurs, largement compensée par la conquête de nouveaux clients.**

DES POSITIONS ENCORE TROP FAIBLES EN NON-VIE ET SUR LE SEGMENT DES ENTREPRISES

Les marges de progression des bancassureurs sont toutefois encore importantes en non-vie. **Le taux d'équipement de la clientèle bancaire de leur groupe d'appartenance est faible** (un particulier sur 4 pour Natixis par exemple), même s'il diffère fortement d'un acteur à un autre. Surtout, **les acteurs sont encore très en retard sur le segment des professionnels et des entreprises**, sur lequel leur part de marché n'atteignait en dommages que 3,3% en 2015 selon les données de Facts & Figures. Certes, les primes stagnent, mais la rentabilité plus élevée de ces contrats (12,4% contre 5,1% pour les particuliers) attire l'ensemble des assureurs. Et les groupes bancaires comptent bien tirer leur épingle du jeu. De même en assurance santé, l'ANI a ouvert de nouvelles perspectives sur le segment des contrats collectifs mais aussi en individuel (sur-complémentaires, couverture des travailleurs non salariés).

En santé et en dommages, **les bancassureurs souffrent néanmoins encore d'un déficit de légitimité**, que ce soit auprès des particuliers ou des entreprises.

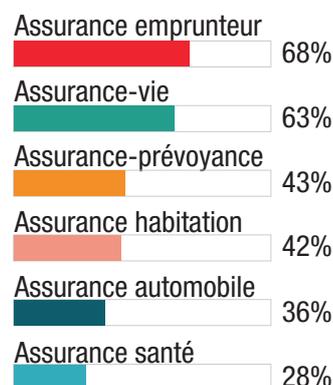
QUÊTE DE LÉGITIMITÉ ET FIDÉLISATION, DEUX IMPORTANTS CHANTIERS POUR LES BANCASSUREURS

Le premier chantier des filiales d'assurance des banques est donc la quête de la légitimité auprès des particuliers comme 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.** Afin d'attirer les particuliers les plus sensibles aux tarifs, notamment les jeunes, les bancassureurs ont lancé des assurances automobile ou habitation d'entrée de gamme très avantageuses, négligeant parfois la compétitivité prix des formules plus protectrices. 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.**

LA LÉGITIMITÉ DES BANQUES EN ASSURANCE

Votre conseiller bancaire est-il le bon interlocuteur pour souscrire ces assurances ?

Total des oui



Source : Les Echos Études

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

Cette étude a été réalisée en s'appuyant sur **deux enquêtes online auprès de particuliers et d'entreprises.** Celles-ci ont permis d'analyser la légitimité des banques sur l'ensemble des segments de l'assurance et d'appréhender les raisons qui poussent les assurés à choisir ou à refuser les contrats de leur banquier.

BANCASSUREURS : QUELLES STRATÉGIES POUR S'IMPOSER ?

01 La dynamique de la bancassurance en France

Les évolutions des déterminants des marchés assurantiels français

- > Les tendances économiques de fond : contexte financier, demande, innovation digitale, etc.
- > Les évolutions réglementaires aux niveaux européen et français

L'activité sur les marchés vie et non-vie

- > Taille, croissance sur les différents segments et marchés clients, rentabilité

Les tendances récentes en bancassurance

- > Une domination historique en vie malgré des taux servis moins attractifs
- > Une percée en dommages et prévoyance

La légitimité des banquiers en assurance

- > *Exclusivité : analyse des résultats des sondages Les Échos Études sur la légitimité des banquiers en assurance auprès des particuliers et des entreprises*

02 La structure concurrentielle du secteur de la bancassurance

Parts de marché et rentabilité des principaux bancassureurs sur les différents marchés

Présentation des grands modèles de la bancassurance

- > Les spécialistes vs les généralistes, leur mix d'activité, leur dépendance aux réseaux d'agences du groupe
- > Les groupes bancaires et l'assurance : poids de l'assurance dans le PNB, les modèles intégrés et les partenariats

Perspectives internationales des bancassureurs

- > Les grands bancassureurs étrangers
- > La présence des bancassureurs français dans le monde

03 Les acteurs de la bancassurance et leurs produits

L'analyse détaillée des 15 principaux acteurs

- > Organisation, chiffres clés, gammes de produits et stratégies

Le panorama de l'offre des principaux réseaux de banque de détail

- > Étendue des gammes des produits et partenariats

04 Les stratégies des bancassureurs pour protéger leurs marchés phares et conquérir de nouvelles parts de marché

Les stratégies de différenciation des acteurs de la bancassurance

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 : capitalisation sur la clientèle bancaire, diversification des canaux de distribution



FOCUS 15 entreprises passées au crible

- Crédit Agricole Assurances
- CNP Assurances
- BNP Paribas Cardif
- Groupe des Assurances du Crédit Mutuel
- Société Générale Insurance
- Natixis Assurances
- Suravenir
- Antarius
- HSBC Assurances
- La Banque Postale Assurances
- Prépar-Vie
- ACMN Vie
- Neuflyze Vie
- Suravenir Assurances
- ACMN IARD

AUTEUR DE L'ÉTUDE

Titulaire d'un doctorat en sciences économiques, **Sandrine Sakala-Morel** est consultante indépendante en banque et assurance. Elle a travaillé 16 ans chez McKinsey & Company en tant que knowledge expert, dans un premier temps sur le secteur bancaire (banque de détail et banque privée) puis sur l'assurance et la gestion d'actifs

PÔLE BANQUE-FINANCE-ASSURANCE

des Echos Etudes animé par Hélène MEZIANI

Le marché de l'assistance, Novembre 2017

Amélioration des services et de la relation client, utilisation des objets connectés, adaptation des offres aux nouveaux usages... : comment le digital réinvente l'assistance ?

L'intelligence artificielle dans le secteur financier, Septembre 2017

Comment les banques et les assurances peuvent-elles tirer profit des progrès de l'IA ?

Le marché de l'assurance emprunteur, Août 2017

Quels impacts de l'entrée en vigueur de la résiliation annuelle sur le marché et l'environnement concurrentiel ?

Vous souhaitez disposer sur ce sujet d'une étude ad'hoc ou d'une analyse personnalisée ?
Une formation ou une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?
Contactez notre Directeur du développement : François FLAUSINO
Tél : 01 49 53 65 18 - Email : fflausino@lesechos.fr

NOTRE EXPERT



Hélène MEZIANI

Responsable du pôle
Banque-Finance-Assurance

hmeziani@lesechos.fr
Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur  

COMMANDE DE L'ÉTUDE LE MARCHÉ FRANÇAIS DE LA BANCASSURANCE

Version PDF

- Pour 1 utilisateur*
3 350 € HT - 3 534,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs*
4 355 € HT - 4 594,53 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs*
5 025 € HT - 5 301,38 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs* : Nous contacter

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 335 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.*

Nombre d'exemplaires : _____

*L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

Personne à contacter pour l'envoi des licences et/ou papier

Nom : _____ Prénom : _____
Fonction : _____ Société : _____
Adresse : _____
Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____
Adresse : _____
Contact : _____

Version papier

- 3 350 € HT - 3 534,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible seulement avec l'achat de l'étude

Code mailing : E077INTEI

Règlement :

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47
Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

Les EchosÉTUDES

Service Clients - 16 rue du Quatre Septembre - 75002 Paris
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR