

LES DERNIÈRES ÉTUDES PUBLIÉES

- > **La place d'Internet dans les stratégies des assureurs et des mutuelles**
« La part du trafic mobile et tablette représente en 2012 11 % du trafic Internet global pour les sites d'assurances »
Janvier 2013
- > **Quel avenir pour le modèle bancaire français ?**
« La banque universelle : plus mauvais modèle à l'exception de tous les autres ? »
Mai 2013
- > **Banque de détail et innovation : quels nouveaux défis ?**
« 35 % de l'innovation se concentre sur les produits »
Juillet 2013

LES FORMATIONS SUR LE SECTEUR

- > **Stratégies gagnantes et perspectives du marché de l'assurance vie en France**
Le 18 décembre 2013
- > **Contrôle interne dans l'assurance**
Les 27 et 28 novembre 2013
- > **Assureurs, réussir et anticiper sa transformation digitale**
Le 23 janvier 2014



**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 expert : Laura LAINEL
Directrice du Pôle Banque-Finance-Assurance
Tél : +33 (0)1 49 53 89 31 - Email : llainel@lesechos.fr



Bon de commande Perspectives de l'assurance vie en France

▶ Par téléphone ou email :

Karine GAUTHIER
☎ 01 49 53 89 34
✉ kgauthier@lesechos.fr

▶ Par courrier :

Les Echos Etudes
16 rue du Quatre septembre
75002 PARIS

▶ Sur notre site internet :

lesechos-etudes.fr

▶ Version papier - J13040 :

2 950 € HT - 3 112,25 € TTC (TVA à 5,5%)

▶ Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

1 500 € HT - 1 794 € TTC (TVA à 19,6%) (prestation possible seulement avec l'achat de l'étude et hors frais de déplacement)

▶ Version PDF - J1340A :

Pour 1 utilisateur
3 150 € HT - 3 767,40 € TTC (TVA à 19,6%)

De 2 à 5 utilisateurs
4 095 € HT - 4 897,62 € TTC (TVA à 19,6%)

De 6 à 10 utilisateurs
4 725 € HT - 5 651,10 € TTC (TVA à 19,6%)

Plus de 10 utilisateurs : Nous contacter

OUI, je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papiers pour 315 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.
Nombre d'exemplaires : _____

Code mailing : J159INTEI

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

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

Facturation :

Société : _____
Adresse : _____
Contact : _____

Règlement :

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

Date : / /
Signature :

PERSPECTIVES DE L'ASSURANCE VIE EN FRANCE

Quelles opportunités saisir dans un contexte de marché difficile ?
Eurocroissance, haut de gamme, digital...



Un 360° de l'assurance vie pour :

- Connaître les perspectives de croissance du marché : évolution et structure de la collecte brute, collecte nette, encours
- Analyser le modèle économique des assureurs vie et leurs orientations stratégiques
- Comparer les positions concurrentielles des assureurs et des distributeurs
- Identifier les leviers de croissance pour relancer l'assurance vie

Les «+» de l'étude :

- Une analyse des enjeux stratégiques, marketing, financiers et réglementaires nécessaire pour révéler les leviers de croissance
- Des interviews exclusives d'assureurs vie donnant une vision prospective du marché et de l'épargne patrimoniale
- Un focus sur l'assurance vie haut de gamme et le marché luxembourgeois
- Des schémas, illustrations et monographies des organismes d'assurance qui permettent de s'approprier rapidement les données de l'étude



PERSPECTIVES DE L'ASSURANCE VIE EN FRANCE

► Dans un contexte économique difficile, le marché de l'assurance vie résiste

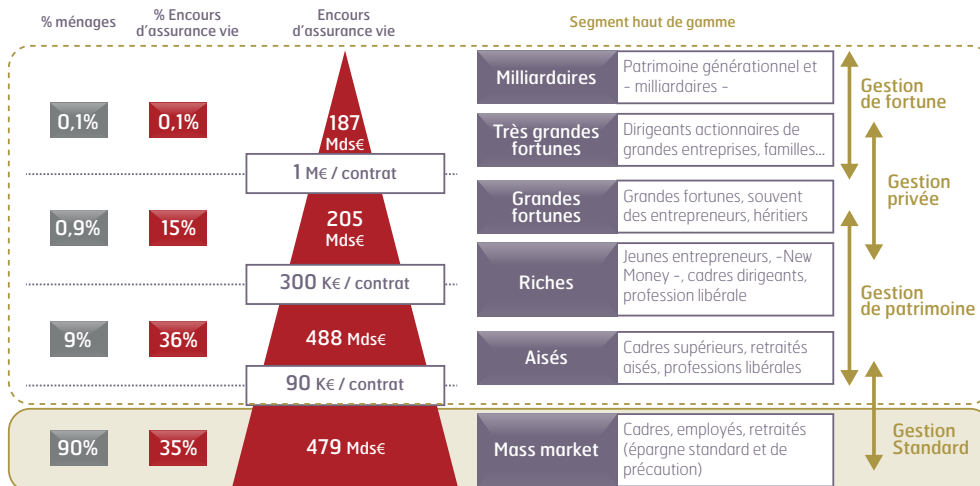


... mais la concurrence entre les acteurs se renforce

Les bancassureurs dominent le marché et cherchent à se renforcer sur les segments de clientèle habituellement adressés par les assureurs généralistes. Les mutuelles sans intermédiaires poursuivent leur percée sur le marché l'assurance vie dans une logique de diversification de leur activité.

► Les motivations et les attentes des détenteurs d'assurance vie évoluent

Le critère de recherche de performance n'est plus aussi majeur pour les épargnants, d'autant plus que les rendements des fonds euros se sont nivelés.



« La clientèle privée recherche en premier lieu, un assureur solide, pérenne, et à la réputation établie. »

Laurent Jumelle, chargé de mission auprès d'Yves Couturier, membre du Comité Exécutif du groupe en charge des clientèles bancaires
CNP Assurance

Source : Calculs Périclès Consulting. La répartition des encours au sein du 10^{ème} décile (10% des français les plus riches) est celle de l'enquête Patrimoine 2010 et du rapport C. Eckert sur l'ISF remis à l'assemblée nationale. Les montants d'encours par décile sont ceux du rapport Berger Lefebvre recalés sur l'encours global FFSA

► Les stratégies pour réussir sur le marché de l'épargne patrimoniale

L'épargne patrimoniale et la gestion de fortune représentent plus de la moitié des encours d'assurance vie. Cibler la clientèle aisée et les grandes fortunes réclame une démarche, des processus de gestion et des produits spécifiques.

« L'approche patrimoniale consiste à définir une vision globale des besoins de nos clients afin de leur délivrer les meilleures solutions. »
Etienne Pelcé - Directeur d'ALLIANZ PATRIMOINE et mandataire social d'ALLIANZ BANQUE

► Les principales sources d'innovation en assurance vie

Bien que moins spectaculaire que dans certains domaines, l'innovation en assurance vie est présente à tous les niveaux de la chaîne de valeur de l'assureur : innovation produit et service, mise à disposition d'accès en ligne pour les distributeurs et les clients, digital.

« Nous croyons beaucoup au développement du canal internet et consacrons des investissements significatifs au développement d'outils clients / partenaires élaborés. » Serge Moreno - AG2R La Mondiale - Directeur Marketing Epargne et Clientèle Patrimoniale

Les auteurs de l'étude :

Cette étude est dirigée par **Yohann Niddam**, Associé de **Périclès Consulting** et a été rédigée avec le concours de **Karine Gineste**, Directeur et **Philippe Régnier**, Supervising Manager.



Périclès Consulting est un cabinet indépendant, spécialisé dans le conseil en stratégie, organisation et maîtrise d'ouvrage, intervenant plus précisément sur les secteurs de la banque, finance, assurance et protection sociale. Périclès Consulting accompagne ses clients à travers une démarche de conseil sur-mesure associée à une connaissance pointue de ces métiers. La volonté de Périclès Consulting est de participer activement à l'évolution des métiers. Ainsi, Périclès Consulting a créé le Cercle d'Aspasie composé de 7 clubs rassemblant des professionnels de même fonction et notamment les clubs « Partenaires Vie » (professionnels du partenariat en assurance vie) et « Partenaires IARD » (professionnels de l'assurance IARD).



chapitre

1 **Marché : le démarrage d'un nouveau cycle ?**

- 1.1 Comportement d'épargne des ménages : conséquences de la crise et des autres facteurs macroéconomiques sur l'évolution du taux d'épargne
- 1.2 Epargne financière : une préférence marquée des ménages français pour les placements peu risqués
- 1.3 Evolution du marché : l'assurance vie en perte de vitesse depuis 2011
- 1.4 Performances : les supports en euros et en UC bousculés par les produits concurrents

chapitre

2 **Clients : à la recherche de toujours plus de sécurité**

- 2.1 Epargne : faire face à l'imprévu
- 2.2 Des comportements en adéquation avec le patrimoine financier

chapitre

3 **Acteurs : une tendance confirmée à la concentration**

- 3.1 Caractéristiques et stratégie globale des organismes d'assurance
- 3.2 Position concurrentielle des organismes d'assurance
- 3.3 Caractéristiques et tendances des distributeurs de l'assurance vie
- 3.4 Monographies des organismes d'assurance

chapitre

4 **Nouveautés réglementaires et fiscales : contraintes ou opportunités pour l'assurance vie ?**

- 4.1 Avantages de la fiscalité assurance vie malgré les récentes réformes
- 4.2 Rapport Berger-Lefebvre : le contrat eurocroissance peut-il constituer un nouveau moteur pour le développement de l'assurance vie française ?
- 4.3 Directives DIA 2, MIF 2 : quel avenir pour la distribution ?
- 4.4 Solvabilité 2 : conséquences de la réglementation sur la solvabilité, la rentabilité et la liquidité des organismes d'assurance

chapitre

5 **Produits et services : quels leviers pour relancer l'assurance vie ?**

- 5.1 Panorama des produits, options et modes de gestion
- 5.2 Innovation produits
- 5.3 Innovations services

chapitre

6 **Les perspectives du marché de l'assurance vie**

- 6.1 Segment « Haut de gamme » : un vecteur de développement ?
 - Les principaux assureurs sur ce marché et leurs stratégies
 - L'assurance vie haut de gamme sur le marché luxembourgeois
 - Pourquoi l'attrait du Luxembourg ?
 - L'état du marché luxembourgeois
- 6.2 Position de dirigeants des organismes d'assurance français
 - Yves Bidet, Directeur d'Assurance Epargne Pension, AEP
 - Sonia Fendler, Directrice de l'épargne patrimoniale, GENERALI
 - Daniel Collignon, Directeur Général, SPIRICA
 - Laurent Jumelle, membre du comité exécutif du groupe en charge des clientèle bancaires, CNP
 - Etienne Pelcé, Directeur d'ALLIANZ PATRIMOINE et mandataire social d'ALLIANZ BANQUE
 - Ludovic Cohen, Directeur technique épargne assurantielle, ALLIANZ
 - Serge Moreno, Directeur Marketing Epargne et Clientèle Patrimoniale, AG2R La Mondiale

EXCLUSIF