

Les enjeux de la distribution d'assurance : le tournant inédit

Phygital, expérience client, valorisation des expertises et professionnalisation

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur la distribution des produits d'assurance. Celle-ci s'attache à analyser les nouveaux enjeux auxquels sont confrontés les acteurs et leur réseau de distribution face à un environnement en pleine transformation : concurrence exacerbée et évolution des cadres réglementaire et prudentiel. Après examen des facteurs de mutation, l'étude propose des pistes de réflexion à investiguer pour tirer parti, voire composer avec ce nouvel environnement complexifié. Elle comporte enfin un état des lieux détaillé des modèles de distribution : modèles intermédiés vs modèles intégrés, impact des nouvelles technologies de l'information, multiplication des « lieux de vente » de l'assurance.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour stimuler votre réflexion. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur [Xerfi.com](https://www.xerfi.com)

Avec le code étude **6ABF75**

Sabine Gräfe
Directrice d'études
Precepta

Les enjeux de la distribution d'assurance : le tournant décisif

**Phygital, expérience client, valorisation des expertises
et professionnalisation**

Edition Octobre 2016
180 pages

Entre déstabilisation et opportunités

Les réseaux de l'assurance sont confrontés à un tournant décisif. Inflation réglementaire sans précédent, nouvelles conditions de marché, concurrence exacerbée, transformations technologiques : les sources de déstabilisation ne manquent pas. Avec pour principal résultat : des réseaux traditionnels qui cèdent du terrain quand les banques se distinguent par une logique de développement que rien ne semble devoir arrêter. Dans ce contexte, la question se pose des leviers prioritaires à actionner par les réseaux traditionnels pour stopper ce mouvement et reprendre l'avantage : Quelle proposition de valeur adresser pour emporter l'adhésion des clients ciblés ? Quel arbitrage entre conquête et fidélisation ? Quels cibles et marchés privilégier ? Quel parti tirer des nouvelles technologies ? Autant de défis et enjeux à remettre en perspective avec les spécificités de chacun des réseaux de distribution de l'assurance, et au regard des modalités des relations qui les lient aux assureurs. En effet, la transition digitale se pose en des termes différents pour les réseaux sous enseigne et ceux qui ne le sont pas. En outre, elle s'avère complexe à mettre en œuvre dans le cas des agents généraux, en modifiant les rapports de force et en remettant en cause le modèle de rémunération. Enfin, elle risque de venir se heurter à des problématiques de moyens financiers et humains pour le courtage de proximité.

Les points-clés de l'étude

- **L'examen détaillé des réseaux de distribution et de leurs facteurs de mutation**
Positions, chiffres clés, forces et faiblesses des principaux réseaux de distribution de l'assurance. Décryptage des grandes mutations passées et actuelles : de l'émergence de modèles de distribution intégrés (MSI, bancassurance) aux nouvelles technologies de l'information, en passant par la démultiplication des lieux de vente de produits d'assurance.
- **L'analyse exclusive des principaux enjeux pour chaque typologie de réseau**
Valorisation des compétences et des expertises, repositionnement marché/clientèle, juste équilibre entre conquête et fidélisation, création de valeur client, logiques servicielles, nécessité d'accélérer la transition digitale au service d'une plus grande efficacité opérationnelle et d'une expérience client renouvelée.
- **L'étude complète de l'environnement des réseaux de distribution de l'assurance**
Le contexte économique et financier général, la dynamique des principaux marchés de l'assurance, un panorama des acteurs de l'assurance et des principaux modèles de distribution, les évolutions réglementaires et prudentielles et leurs impacts, etc.

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Precepta vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du jeu concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Xerfi vous propose son analyse de l'environnement conjoncturel et des dynamiques à l'œuvre sur les principaux marchés de l'assurance. L'étude décrypte par ailleurs les grands facteurs de mutation qui frappent le monde de l'assurance sur les fronts concurrentiels, réglementaires, pruden- tiels et technologiques. Des facteurs de mutation inédits, sources de déstabilisation des positions des réseaux traditionnels de l'assurance, et qui représentent autant de défis à relever pour pérenniser leur développement d'ici 2020.

Table des matières et contenu de l'étude

SYNTHÈSE & CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention sur les défis et opportunités auxquels sont confrontés les assureurs et leurs réseaux de distribution traditionnels. Et pour cause : de l'intensification sans précédent de la concurrence à l'inflation réglementaire, en passant par les évolutions technologiques (et, avec elle, celles des usages, des comportements et des attentes), les facteurs de déstabilisation ne manquent pas. Dans ce contexte, assureurs et réseaux traditionnels ne peuvent plus faire l'économie d'une réflexion sur les leviers stratégiques à privilégier. Des leviers d'action qui doivent leur permettre de se différencier et de susciter la préférence client ou encore de consolider des positions qui globalement n'ont eu de cesse de reculer au cours des dernières décennies...

MARCHÉS DE L'ASSURANCE & ENVIRONNEMENT

1. L'ANALYSE DES MARCHÉS DE L'ASSURANCE

1. UN PANORAMA DU SECTEUR DE L'ASSURANCE

- Les chiffres clés de l'assurance
- Les familles d'acteurs et les modèles de distribution

2. LES ASSURANCES DE PERSONNES (2005-2015)

- L'assurance-vie et capitalisation
- Un focus sur la retraite supplémentaire
- L'assurance santé complémentaire

3. LES ASSURANCES DOMMAGES (2005-2015)

- Les risques des particuliers : automobile et habitation
- Les dommages aux biens des entreprises
- Les principaux autres marchés de l'assurance

2. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

1. L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET FINANCIER (2010-2016)

2. LES MÉNAGES (2012-2016)

- La consommation et le pouvoir d'achat
- Le marché de l'emploi
- Les comportements d'épargne

3. LES ENTREPRISES (2012-2016)

- Le climat des affaires et les investissements
- La situation financière des entreprises
- L'évolution du tissu d'entreprises

MUTATIONS & ENJEUX DE LA DISTRIBUTION

3. LA CONCURRENCE, LA RÉGLEMENTATION ET LE CADRE PRUDENTIEL

1. LES MUTATIONS CONCURRENTIELLES : QUELS IMPACTS SUR LA STRUCTURE DE LA DISTRIBUTION D'ASSURANCE ?

- Les intermédiaires : du prisme réglementaire à la réalité terrain
- Les nouveaux compétiteurs
- Les révolutions internet
- Les nouveaux acteurs de la chaîne de distribution : courtiers grossistes et comparateurs

2. LES MUTATIONS RÉGLEMENTAIRES ET PRUDENTIELLES : QUELS IMPACTS SUR LES STRATÉGIES DES ACTEURS ?

- Loi Hamon
- ANI du 11 janvier 2013
- Directive intermédiation
- Solvabilité 2

4. LES POSITIONS DES PRINCIPAUX RÉSEAUX DE DISTRIBUTION

1. LES FORCES ET FAIBLESSES DES RÉSEAUX TRADITIONNELS DE L'ASSURANCE

- Agents généraux
- Commerciaux salariés itinérants
- Courtiers d'assurance
- Agences des sociétés sans intermédiaires

2. LES PRINCIPAUX MODÈLES DE DISTRIBUTION CONCURRENTS

- Agences bancaires
- CGPI
- Vente directe et principaux autres modes

LE JEU CONCURRENTIEL

L'étude propose une analyse détaillée du paysage concurrentiel de la distribution des produits d'assurance. De plus en plus disputé, le secteur s'est aussi notablement complexifié. Les lieux de vente se sont ainsi démultipliés au-delà des réseaux historiques de l'assurance. Les chaînes de distribution se sont enrichies sous l'impulsion des courtiers grossistes mais aussi des comparateurs. Dans son étude, Xerfi analyse les réseaux en présence, décrypte leurs forces et faiblesses et présente leur actualité récente.

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Dans ce rapport, vous trouverez un focus sur les leviers d'action prioritaires de réseaux traditionnels de distribution de l'assurance confrontés à un tournant décisif : valorisation des expertises, nouvel équilibre entre conquête et fidélisation, création de valeur, diversification marchés/clientèles, digitalisation, etc. Des leviers d'action prioritaires qui se conjugueront sur des modes différents d'un réseau à l'autre selon leurs spécificités, leurs forces et faiblesses et leurs relations aux assureurs.

5. LES RIPOSTES STRATÉGIQUES DE LA DISTRIBUTION TRADITIONNELLE

Les problématiques vont se poser en des termes différents selon les réseaux, les relations avec les assureurs et les modèles de distribution qui impactent les rémunérations, l'organisation, et soulèvent la question de la formation, de l'accompagnement, de la taille, etc.

1. S'ADAPTER À UN ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL ET DÉFLATIONNISTE

- Juste équilibre entre conquête et fidélisation
- Création de valeur client
- Nouvelles approches des risques de masse
- Repositionnement marchés/clientèles
- Développement de logiques servicielles

2. ACCÉLÉRER LA DIGITALISATION DES MODÈLES

- Optimisation de l'efficacité opérationnelle et de la productivité
- Renouvellement de la proposition de valeur
- Nouvelle proximité relationnelle
- Visibilité accrue
- Logiques multi-accès
- Impacts d'ordre financier, organisationnel et culturel

FORCES EN PRÉSENCE

Sont présentés une sélection d'acteurs de l'assurance. Chacune des fiches d'identité propose une présentation générale du groupe, les principaux chiffres-clés de ses activités françaises (2015), un panorama des dispositifs de distribution et leurs évolutions récentes

1. AG2R LA MONDIALE
2. ALLIANZ
3. AXA
4. COVEA (GMF, MMA & MAAF)
5. GENERALI
6. GROUPAMA (GAN & CAISSES RÉGIONALES GROUPAMA)
7. MACIF
8. MAIF

PRINCIPAUX ACTEURS CITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- ACOMMEASSURE.COM
- AG2R LA MONDIALE
- AGEAS
- AGPM
- ALLIANZ FRANCE
- ALLIANZ EXPERTISE ET CONSEIL
- ALPTIS
- AMETIS
- AON FRANCE
- APIVIA COURTAGE
- APRIL
- AREAS ASSURANCES
- ASSU 2000
- ASSURLAND.COM
- ASSURONE GROUP
- ASSURPROX.COM
- AUTOMOTO-COMPARE.FR
- AVIVA FRANCE
- AXA
- AXA EPARGNE ET PROTECTION
- AXA PRÉVOYANCE ET PATRIMOINE
- AXELLIANCE
- BANQUE POPULAIRE
- BARCLAYS
- BESSE
- BNP PARIBAS
- BNP PARIBAS CARDIF
- CAISSE D'EPARGNE
- CBP
- CEGEMA
- CHOISIR.COM
- CIC
- CIPRES VIE
- CNP
- COMPANEO.COM
- COMPARADISE
- COVEA
- CREDIT AGRICOLE
- CREDIT AGRICOLE ASSURANCES
- CREDIT DU NORD
- CREDIT MUTUEL
- DIOT
- ECA ASSURANCES
- EMPRUNTIS.COM
- EPARGNE ACTUELLE
- FILHET-ALLARD
- FACEBOOK
- FINAXY GROUP
- GAN ASSURANCES
- GAN PRÉVOYANCE
- GENERALI FRANCE
- GENERATION
- GMF
- GOOGLE +
- GRAS SAVOYE
- GROUPAMA
- GROUPE CADRE
- GROUPEMENT RESO+
- HENNER
- HSBC
- HYPERASSUR.COM
- JCHANGE.FR
- KELASSUR.COM
- LA BANQUE POSTALE
- LA FRANCE ASSURANCE CONSEIL
- LA MONDIALE
- LA MUTUELLE DES MOTARDS
- LCL
- LELYNX.FR
- LESFURETS.COM
- LINKEDIN
- MAAF
- MACIF
- MACSF
- MAIF
- MAPA
- MATMUT
- MAXANCE
- MEILLEURTAUX.COM
- MFA
- MMA
- MMA CAP
- MUTUELLE DE POITIERS ASSURANCES
- MUTUELLE.FR
- MUTUELLE-CONSEIL.COM
- NOVELIA
- PREVOIR
- SANTIANE.FR
- SATEC
- SFS EUROPE
- SIACI SAINT HONORE
- SMA
- SMAM ASSURANCES
- SOCIETE GENERALE
- SOCIETE GENERALE INSURANCE
- SOFAXIS
- SOLLY AZAR
- SPB
- SWISS LIFE
- THELEM ASSURANCES
- TWITTER
- UNION FINANCIERE DE FRANCE
- VERLINGUE
- VERSPIEREN...

(*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **6ABF75** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **La transformation digitale des banques et assureurs**
5ABF37 – Septembre 2015
- **Les comparateurs dans l'assurance**
6ABF35 – Janvier 2016

Retrouvez sur le site **xerfi.com** le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BONDE
COMMANDE

A retourner à :
Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01 53 21 81 51
Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6ABF75/ PTAX / Cial

INFORMATIONS CLIENT

Nom :

Prénom :

Fonction :

Société :

Adresse :

Code postal :

Ville :

Adresse email :

Téléphone :

TVA Intra :

N° SIRET :

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 31/05/2017 (TVA 5,5% pour le papier et TVA 20,0% pour les versions électroniques).

Les enjeux de la distribution d'assurance : le tournant décisif

Phygital, expérience client, valorisation des expertises
et professionnalisation

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
2 500 € HT	2 400 € HT	2 795 € HT
2 637,5 € TTC	2 880 € TTC	3 354 € TTC



MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur www.xerfi.com
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris - RCS Paris
B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607