

# Principium

Mensuel de Feprabel (Ne paraît pas en août)

## Chiffres

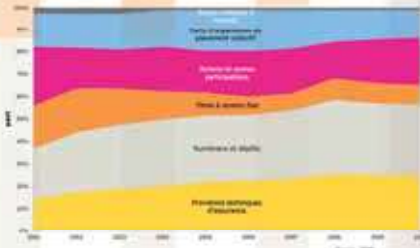
Canaux de distribution  
de l'assurance

2010

## Tendances

Assurances en Belgique,  
les premières tendances

2011



Evolution des encaissements de 1995 à 2010  
(en millions d'euros)



Principium N°4  
AVRIL 2012

**FEPRABEL**

Fédération des Courtiers en assurances  
& Intermédiaires financiers de Belgique

Bureau de dépôt : Bruxelles X - P301128



## DECAVI 2012

### Les Trophées de l'assurance non vie

P.12

## Sommaire - Avril 2012

### RÉDACTION :

- ▶ Rédacteur en chef :  
Patrick CAUWERT
- ▶ Rédacteur en chef adjoint :  
Ivan HALLEZ
- ▶ Secrétaire de rédaction :  
Fleur JASOIGNE - fleur@feprabel.be
- ▶ Comité de rédaction :  
Denis GOUZEE  
Luc WAUTERS  
Pierre HENS  
Jean DEVILLE  
Emmanuel DE HARLEZ  
Florence BILLE  
Valéry LAMOTTE  
Pascal LASSERRE  
Olivier RUYSSSEN
- ▶ Annonceurs :  
ALLIANZ, DECAVI, DEMETRIS, EUROMEX,  
EXPERT BEL, L'EUROPEENNE, MENSURA,  
NATIONALE SUISSE
- ▶ Couverture :  
Sabine GANTOIS
- ▶ Photographe :  
Pierre HENS

### PUBLICITÉ & PRODUCTION GRAPHIQUE :

Sabine GANTOIS - sabine@feprabel.be

### ILLUSTRATION :

Chris LAMQUET

### IMPRESSION :

Imprimerie DEREUME  
1, Rue Golden Hopestraat  
1620 Drogenbos

### EXPERT GRAPHIQUE :

James HUGHES - james.hughes@skynet.be

### ÉDITEUR RESPONSABLE :

Patrick CAUWERT  
40, Avenue Albert Elisabeth  
1200 Bruxelles



### Principium vous présente ce mois :

- P.3 Éditorial
- P.5 En Bref

### Informations

- P.4 Coin lecture
- P.8 Législation : Une décision exemplaire en matière de responsabilité professionnelle
- P.10 Questions de Principium : Francis VAGUENER, Directeur au cabinet de conseil Towers Watson en Belgique
- P.12 Événement : Trophées Decavi de l'assurance non vie 2012
- P.16 Chiffres : Assurances en Belgique, les premières tendances 2011
- P.22 Chiffres : Canaux de distribution de l'assurance - Chiffres 2010  
*(Stabilité des modes de distribution de l'assurance en 2010 - une année de transition entre deux crises)*
- P.33 Brocom : Le plus grand canal de distribution en assurances lance un logo clairement identifiable
- P.36 Europe : Révision de la Directive sur l'intermédiation en assurance (DIA)
- P.38 In memoriam : Au revoir René
- P.39 Photo numérique : Apprendre à regarder autrement (Partie 16)
- P.46 Productivité et informatique

### Divers

- P.41 Auto : Ciney Expo : rétomoteur et véhicules de prestige
- P.42 Assurances dans les médias
- P.44 FEPRABEL y était pour vous représenter
- P.47 Renseignements FEPRABEL/Principium

# DES CHIFFRES, des espoirs et des inquiétudes



*Ce numéro est consacré aux Trophées de l'assurance et à la publication de divers chiffres. Mais les deux éléments essentiels qui touchent le courtage sont ailleurs. Cela concerne le nouveau LOGO de la profession et sa visibilité (Voir page 33) et la modification de la directive sur l'intermédiation qui, quand elle sera effective, risque d'impacter de manière considérable notre manière de fonctionner.*

En janvier dernier, en collaboration avec le BIPAR, nous avons adressé une lettre à Monsieur Michel BARNIER, Commissaire Européen au Marché Intérieur et Services, afin de préciser nos positions et revendications. Nous avons reçu une réponse que nous vous livrons en page 37. Nous restons bien entendu dans l'attente du texte qui sera soumis au Parlement tout prochainement... Il faudra alors voir ce que le Parlement Européen va voter et puis comment ce texte sera transposé en droit belge. Bref, c'est, à FEPRABEL, notre principale préoccupation et notre priorité absolue, car de l'issue de ce débat dépendra l'avenir de la profession.

En ce qui concerne les enseignes, il reste un très grand pas à franchir, car moins de la moitié des membres n'ont PAS encore commandé leur enseigne. Il est plus que temps, car l'objectif est de voir plus de 2.000 bureaux de courtage en Belgique pour le 31 décembre 2012.

Il faut aussi tenir compte du fait qu'actuellement l'enseigne et son placement sont compris dans la cotisation FEPRABEL. Ce budget ne

restera pas disponible indéfiniment, seconde raison de se précipiter sur le bon de commande : [www.brocom.be/pgy](http://www.brocom.be/pgy).

## Les chiffres

Vous lirez les premières tendances des chiffres du secteur pour 2011.

La diminution des encaissements en Vie (-3,7 %) est confirmée et n'est pas compensée par la croissance de 3,1 % en non-vie. Le secteur affiche un bilan de -1,3 % d'encaissements en 2011.

Il est intéressant de noter (Voir page 20) qu'Assuralia a insisté lors de sa conférence de presse sur le rôle sociétal de l'assurance en montrant la contribution du secteur aux finances de l'État. Rien qu'en taxes et prélèvements sur les primes, l'assurance a contribué au niveau de 3.250.000.000 € au budget de l'État pour l'année 2010.

## Les trophées

En l'absence de quelques acteurs majeurs, cette édition non-vie peut interloquer.

Les Trophées de l'assurance, qui en sont à leur 8<sup>e</sup> édition pour la non-vie, semblent s'essouffler. C'est dommage et dommageable, car cet événement est l'occasion unique de parler de l'assurance de manière positive et collective. Bien sûr l'impact dans les médias pourrait être plus fort, bien sûr la dynamique vers les courtiers pourrait être plus grande. Mais s'il n'y a plus rien... !

Gageons que le secteur pourra et surtout voudra soutenir de manière positive les Trophées de l'assurance afin d'en faire dans le futur un des rendez-vous majeurs pour l'assurance.

Le but des Trophées est avant tout de veiller à une communication positive pour les assureurs et les courtiers.

Que les consommateurs se posent des questions sur leurs contrats en cours ou manquants, qu'ils réagissent et interrogent leurs courtiers. Car surtout en non-vie, il est extrêmement délicat de déterminer LE meilleur produit parce qu'un produit d'assurance n'est rien sans un service qui l'accompagne. Le jury ne peut se baser que sur des textes de conditions générales, mais pas sur la manière dont elles sont appliquées, ni sur l'esprit du règlement des sinistres.

De plus, le nombre de critères à examiner est tel qu'il est tout aussi délicat de déterminer la pondération entre ces critères. C'est donc juste une base marketing, une info « théorique » qui doit permettre au courtier d'entamer le dialogue avec son client ou prospect. Pour accrocher le futur client, il faut qu'il existe une amorce. Puissent ces Trophées continuer à servir d'appât dans le futur.

**Patrick CAUWERT**  
[patrick.cauwert@feprabel.be](mailto:patrick.cauwert@feprabel.be)