

# Principium

Mensuel de Feprabel (Ne paraît pas en août)

Internet, pour s'informer  
avant d'acheter - P.14



Fidéliser le client, sous  
peine de le perdre - P.17



Les normes et leur avenir  
dans notre secteur - P.21

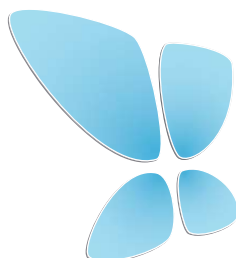


Principium N°3  
Mars 2013

**FEPRABEL**

Fédération des Courtiers en assurances  
& Intermédiaires financiers de Belgique

Bureau de dépôt : Bruxelles X - P301128



assurances.be

P.11

## Sommaire - Mars 2013

### 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 :  
Axa, Portima

- 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.6 En Bref

### Informations

- P.4 Coin lecture
- P.8 Législation : Accident du travail... et travail au noir
- P.10 Questions de Principium : Bernaerd SOENS, administrateur délégué d'Assurances.be
- P.11 Webzone : [www.assurances.be](http://www.assurances.be)
- P.13 Comment le client utilisera-t-il Internet demain ?
- P.14 Internet, pour s'informer avant d'acheter
- P.17 Fidéliser le client, sous peine de le perdre
- P.21 Les normes et leur avenir dans notre secteur (Telebib2)
- P.22 Taux : Quels rendements en 2012 ?
- P.24 Devoir de conseil et devoir d'information : il ne faut pas confondre
- P.27 Sécurité routière : De plus en plus de pneus hiver... Qu'en est-il de l'assurance ?
- P.30 Droit social : Suppression du malus sur la pension des indépendants dès 2014 : la fin d'une discrimination
- P.32 Brocom : Présentez votre métier !
- P.34 Prise en compte des engagements de retraite dans l'analyse de la solvabilité des pays européens
- P.36 Coin technique : Peut-on intégrer la détection intrusion et la détection incendie dans un même système ?
- P.38 Place aux jeunes !
- P.39 Photo numérique : Apprendre à regarder autrement (Partie 25)
- P.46 Productivité & informatique

### Divers

- P.41 Auto : Skoda Rapid
- P.42 Assurances dans les médias
- P.44 FEPRABEL y était pour vous représenter
- P.47 Renseignements FEPRABEL/Principium



**Mixed Sources**  
Product group from well-managed  
forests and other controlled sources  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org) Cert no. SGS-COC-004368  
© 1996 Forest Stewardship Council





# Génération Y & assurances

## Que veulent les D.N.\* ?

Une nouvelle race de consommateurs est née, les jeunes qui ont toujours connu Internet, qui ont, dès leur plus jeune âge eu un GSM, un PC, un Smartphone entre leurs petits doigts. Ceux qui ne répondent plus à la cloche qui sonne, mais au message sur Facebook qui leur annonce que le dîner est servi.

Ces enfants, nos enfants seront et sont déjà les consommateurs de demain. Nous devons les écouter et les entendre, agir et préparer l'avenir, essayer, oser, apprendre et créer de nouveaux moyens de répondre à leurs attentes.

Nous reviendrons prochainement sur une étude réalisée par des étudiants de la Solvay Business School, qui par le biais de leur startup « Solution That Last » analyse en profondeur ce phénomène à la demande de Portima.

Pour notre part, nous tâtonnons, nous innovons ; IBP, le catalogue, l'accès client, [www.assurances.be](http://www.assurances.be).

## To be on Google's the first page or not !

La question du référencement est primordiale, mais il faut sérier les problèmes.

\* Digital Natives est une expression américaine pour désigner la génération ayant grandi en même temps que le développement d'Internet. On considère généralement que les « digital natives » sont nés entre 1980 et 2000. Les digital natives sont donc des utilisateurs naturels et intensifs d'Internet et des téléphones portables.

D'un côté se trouvent vos clients, qui vous connaissent et utilisent votre site comme outil de gestion, d'information et d'échanges et d'autre part, le reste des internautes, vos clients potentiels. Il est illusoire de croire que chaque bureau de courtage puisse se trouver sur la première page de Google quand on tape « assurances » ou « courtier en assurances ». C'est un peu comme la course des spermatozoïdes, il n'y en a qu'un seul qui gagne, les millions d'autres meurent. Il faut donc des sites ou même un site unique qui sera le centre de l'Union de l'Assurance en Belgique et qui donnera de l'info puis orientera l'internaute vers le courtier de son choix ou vers celui qui correspond le mieux à ses aspirations.

Nous devons bâtir cette structure ensemble, c'est urgent ! Qu'elle se trouve chez Portima, chez Brocom ou chez FEPRABEL, peu importe. L'important est que tout le monde s'y retrouve dans le respect des spécificités de chacun, mais tous ensemble pour apporter la meilleure information et le meilleur service aux consommateurs.

## L'assurance : un monde complexe et opaque

Tout le monde s'accorde pour dire que c'est compliqué et que même le vocabulaire est particulier. On ne sait pas toujours ce que c'est un courtier, comment il est payé, à quoi il sert exactement, s'il est vraiment indépendant, ce qu'il fait, doit faire ou devrait faire !

Bref, nous devons aussi mettre de la transparence dans nos prestations,

rappeler nos fondamentaux, notre valeur ajoutée, toujours le dire et le rappeler. La brochure qui est jointe à ce numéro est notre carte de visite, notre signature pour le futur. Si chaque courtier remet ce document à chacun de ses clients, c'est presque toute la population qui sera touchée. Ils sauront enfin !

## L'assurance pour les Nuls

Il faut revenir à la base, tout d'abord expliquer le vocabulaire d'une manière simple et précise. Puis répondre aux attentes des gens, tenir compte de leurs moments de vie : j'achète ma première voiture, je quitte mes parents... En passant par les plus classiques : je me marie, j'épargne pour ma pension, je protège ma famille, mes enfants font du sport, etc.

Toutes ces situations doivent être envisagées et mises en forme de manière claire et vivante (vidéos, images, dessins, dessins animés). Elles devraient se trouver sur un site unique qui attire l'internaute en quête d'infos puis reprises grâce au catalogue IBP sur tous les sites des courtiers.

Voilà un nouveau défi pour FEPRABEL, Brocom, Portima et TOUS nos partenaires compagnies. Puisse nous le mener à bien en renforçant nos structures et en augmentant nos affiliés grâce au support des membres et des compagnies qui nous aide à faire de nouveaux membres.

Patrick CAUWERT  
patrick.cauwert@feprabel.be