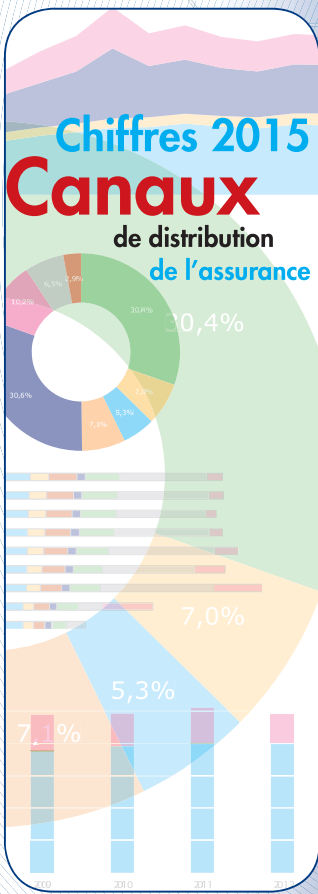


Principium

Mensuel de Feprabel (Ne paraît pas en août)

Les canaux de distribution en 2015 - P.12



A L'ERE DU DIGITAL ET DES APPS... P.20

Principium N°2
Février 2017

FEPRABEL

Fédération des Courtiers en assurances & Intermédiaires financiers de Belgique

Bureau de dépôt : Bruxelles X - P301128

Sommaire - Février 2017



DATA PROTECTION



PRINCIPIUM VOUS PRÉSENTE CE MOIS :

- P.4 Éditorial : DIGITAL - Le temps presse - Vigilance et agilité
- P.6 En Bref

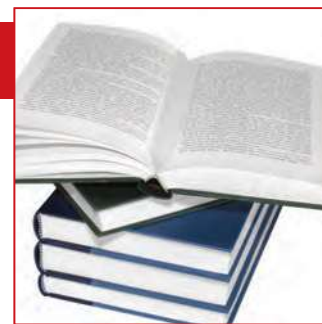
INFORMATIONS

- P.3 Coin lecture
- P.7 Questions de Principium : Eric Vanaertryck, Sales Consultant Carglass
- P.8 Législation : Les robots débarquent dans le monde de l'assurance ... comme collaborateurs, comme risques et bientôt comme clients !
- P.10 Carglass Connect - Une nouvelle vision du partage des données dans l'intérêt de tous (le client, le courtier et le réparateur)
- P.12 Chiffres : Les canaux de distribution en 2015 - Les courtiers en assurance gagnent en importance !
- P.20 Dossier digital : DATA protection
- P.24 Dossier digital : Évolution du catalogue sectoriel
- P.25 Dossier digital : Numérisation : une boîte à outils juridiques au service de la gestion des risques
- P.26 Dossier digital : Le Parlement européen se penche sur fintech
- P.28 Brocom : Notre compagne porte ses fruits, à vous de les cueillir !
- P.32 Juridique : Le monde juridique et judiciaire tel qu'on le connaît, c'est fini !
- P.34 Risk management : Business Interruption
- P.36 Sécurité routière : Des drones utilisés pour constater les accidents sur autoroute
- P.38 Terrorisme : Entreprendre dans un contexte de menace terroriste accrue
- P.39 Photo numérique : Comment photographier des affiches ?
- P.41 Focus à l'international : Assurance internationale

DIVERS

- P.42 L'assurance dans les médias
- P.44 FEPRABEL y était pour vous représenter
- P.46 Auto : Dites-moi Monsieur Charles Michel... le gouvernement en veut vraiment des voitures électriques ?
- P.47 Renseignements FEPRABEL/Principium





Sélection de nouveaux manuels



L'immeuble et la responsabilité

L'ouvrage rassemble les contributions au séminaire international du Groupe de recherche européen sur la responsabilité civile et l'assurance (GRERCA) qui s'est tenu à Tours, les 18 et 19 septembre 2015.

ISBN : 978-2-80275-660-6

Nombre de pages : 500

Année édition : 2016

Prix : 95 €

Auteurs : Sous la coordination de : Fabrice Leduc et Philippe Pierre

Plus d'info ? www.larciergroup.com



Questions choisies en droit des assurances

Les assurances concernent tous les pans de la vie humaine. Sur le plan juridique, il s'agit d'une matière riche en actualités, qui fait l'objet d'une jurisprudence abondante et de nombreux commentaires. Les auteurs de cet ouvrage ont sélectionné quatre questions dans cette matière qui méritent un examen particulier.

ISBN : 978-2-8072-0185-9

Nombre de pages : 152

Format : 17 x 24

Année édition : 2016

Prix : 75 €

Auteurs : Rodrigue Capart, Etienne Demols, Bruno Devos, Ludovic Donnet, François Féron
Avant-propos : Bernard Dubuisson

Plus d'info ? www.anthemis.be



Contrat d'agence commerciale

L'ouvrage appréhende, à travers la législation, la doctrine et la jurisprudence existantes, les différents aspects des contrats d'agence commerciale.

ISBN : 978-2-80275-148-9

Année édition : 2016

Prix : 85 €

Auteurs : Patrick Kileste et Nicolas Godin

Plus d'info ? www.larciergroup.com



DIGITAL - Le temps presse

Vigilance et agilité

Vigilance et agilité doivent être les deux qualités qui vont nous guider dans le combat digital qui fait rage dans notre secteur.

Le digital est une nécessité, ceux qui auront les meilleurs outils, qui les maîtriseront et en feront le liant de la relation client, respectant l'humain tout en offrant des services complémentaires seront à coup sûr les gagnants de la bataille.

- Mais comment faire quand on est une multitude de PME et d'indépendants (dont ¼ fait moins de 100.000 € de commissions par an) ?



- Comment faire quand on est un courtier qui veut se développer dans le digital ?
- Comment faire quand on est une Fédération qui veut soutenir ses membres dans cette mutation ?
- Comment faire quand les structures sectorielles (Portima et Brocom) sont aux mains de nos compagnies « partenaires » qui préfèrent se distinguer de leurs concurrents que de développer ensemble des outils performants pour TOUS les courtiers ?
- Comment faire quand Assuralia développe des Apps (Crash Form) dans son coin, sans concertation ni volonté d'intégration avec les courtiers ?

- Comment faire quand c'est du « chacun pour soi » ?
- Comment faire quand notre opérateur traditionnel « Portima » a dans ses statuts les termes suivants :

Notre équipe veut être reconnue comme **une société de services** et un **partenaire à long terme** qui offre des solutions informatiques performantes aux courtiers et aux compagnies.

Notre valeur ajoutée : nous contribuons à **l'efficacité et à la productivité du courtage** comme canal de distribution et nous déchargeons les courtiers, autant que possible, des préoccupations informatiques pour qu'ils puissent **se concentrer sur leurs objectifs business et rester ainsi le canal par excellence pour les consommateurs et les compagnies.**

- Comment faire quand Portima est complètement dépassé par les initiatives de ses propres actionnaires et qu'un embryon de projet prend 2 ans avant d'avoir un « GO » du CA, puis deux ans pour le développer et encore deux ans pour le mettre en œuvre ?

« Un peuple qui oublie son passé se condamne à le revivre. »

Winston Churchill

Selon Hélène Miard-Delacroix auteur du thème « L'histoire se répète-t-elle ? » : *La célèbre phrase prêtée à Churchill est, de Confucius à Aldous Huxley, l'une des innombrables mises en garde invitant à réapprendre sans cesse les leçons de l'Histoire. C'est l'appel à la vigilance qui fait dire que l'Histoire se répète. Ou alors le constat désabusé de spectateurs résignés, plus convaincus par Marx et sa formule grinçante : l'Histoire se répète toujours deux fois, la première comme une tragédie, la seconde comme une farce.*



Hélas dans notre situation, la première fois était une farce et la deuxième sera une tragédie.

En effet, fin des années 80, début des années 90, lors de l'informatisation des bureaux de courtage, cette même frénésie de faire la course aux outils a été de mise. L'informatique comme outil de fidélisation des courtiers, pardon : de support aux courtiers pour mieux gérer leurs clients. Chacun y allait de sa solution informatique pour les courtiers, soit en interne comme la Royale Belge avec son Bureau type, soit en soutenant des partenaires externes comme Orda B pour les autres. Une concurrence pas vraiment efficace compte tenu des nombreux problèmes et déficiences de fournisseurs. Il a fallu dépenser des budgets énormes pour enfin créer Brio. Brio est l'aboutissement de la fusion des logiciels concurrents dans un programme unique performant et communicant qui a enfin permis d'éliminer le double encodage. Nous payons encore aujourd'hui (parfois pour des raisons idéologiques) le fait d'avoir logé ce logiciel chez Assurnet (Aïeule de Portima – pour les jeunes qui nous lisent).

Il est urgent d'anticiper et de faire TOUS les développements digitaux dans Portima, unir les forces et les budgets est indispensable à la survie du courtage. Sans ce sursaut salutaire, les courtiers devront choisir un partenaire « digital » ou alors ne mettre que des clients complets dans une compagnie choisie, le panachage ne sera plus possible si on veut garder la cohérence, la compréhension et l'efficacité vis-à-vis du client.

I have a dream

Ceci n'est malheureusement qu'un rêve, car vu l'ambiance, l'absence de confiance et la pression commerciale entre nos partenaires, l'espoir est mince. Mais ce n'est pas pour cela qu'il faut renoncer à la seule solution viable pour les courtiers.

Aujourd'hui, la course aux Apps est déclarée, que ce soit directement vers le client ou pour soutenir le client, mais « powered » par une compagnie. Le défi pour FEPRABEL est de trouver un partenaire fiable et performant qui maîtrise la normalisation, car tout doit être lié directement avec le logiciel de gestion, sans oublier de bien respecter toute la réglementation en cours (Twin Peaks, MiFID) mais aussi les réglementations futures (Data Protection et POGs) et tout cela dans un budget supportable. C'est un formidable défi.

Heureusement que Portima a compris il y a 4 ans que l'avenir est au mobile et a investi dans cette direction avant même que les compagnies n'aient compris. MyBroker est arrivé sur le marché à un moment où le consommateur et le courtier n'étaient pas encore prêts pour une diffusion à grande échelle et où la mise en œuvre était et est encore trop complexe pour le courtier, et donc, aussi pénalisante pour le client final.

Maintenant les compagnies ont compris et elles utilisent tous leurs moyens pour essayer de rattraper leur retard. La course effrénée entre elles est spectaculaire mais risque de mettre le courtier hors-jeu. Les Apps des compagnies, y compris celles qui sont habillées en courtier et soit-disant pour les courtiers, sont nuisibles pour le courtage. C'est un électrochoc pour nous et c'est tant mieux, car le risque de voir d'autres concurrents (banques, direct, Google...) nous devancer est grand.

Comment gagner les guerres des Apps ?

Le courtier doit disposer d'outils performants : Mybroker et PortiSign. Il est aussi le seul dépositaire d'un atout unique : le contact avec son client et sa confiance. Le but est de pouvoir, d'un simple clic, mettre le client en contact avec son courtier.

Croire qu'on va pouvoir arrêter cette lutte effrénée est non seulement un rêve mais une utopie. La seule question est donc de permettre au courtage d'aller plus vite, plus loin et plus fort dans le monde des Apps en construisant rapidement des compléments et en améliorant My Broker. Ce sera notre priorité pour ce premier semestre 2017.

Patrick CAUWERT
CEO FEPRABEL
patrick.cauwert@feprabel.be