



FEPRABEL durable

Dans le rapport annuel 2009-2010 (Principium 2010 n°8), nous vous expliquons les grandes lignes du projet Responsabilité sociétale des Entreprises repris par FEPRABEL. Nous vous présentons ici les fruits du travail fourni ces derniers mois. Dans ce dossier, vous pourrez découvrir les actions menées, les réalisations et projets encore à venir. Tour d'horizon.

Pour rappel, la responsabilité sociétale des entreprises est un outil du développement durable. Il s'agit d'une initiative volontaire d'une entreprise, dans le cas présent de FEPRABEL en tant que fédération, de contribuer à un développement soutenable socialement, économiquement et pour l'environnement.

Le développement durable repose en effet sur 3 « piliers », habituellement présentés sous forme d'ensembles entremêlés.

Avec l'aide de CAP Conseil et de la Walonnie, FEPRABEL a élaboré son projet autour de trois axes : le bureau paperless, les nouveaux produits d'assurances et le courtier RSE. Ceux-ci ont été légèrement remaniés en cours de travail afin d'aborder la responsabilité sociétale de FEPRABEL et son impact sur ses interlocuteurs clés selon trois angles : la responsabilité du courtier, de la compagnie d'assurances et enfin de FEPRABEL en tant que Fédération.

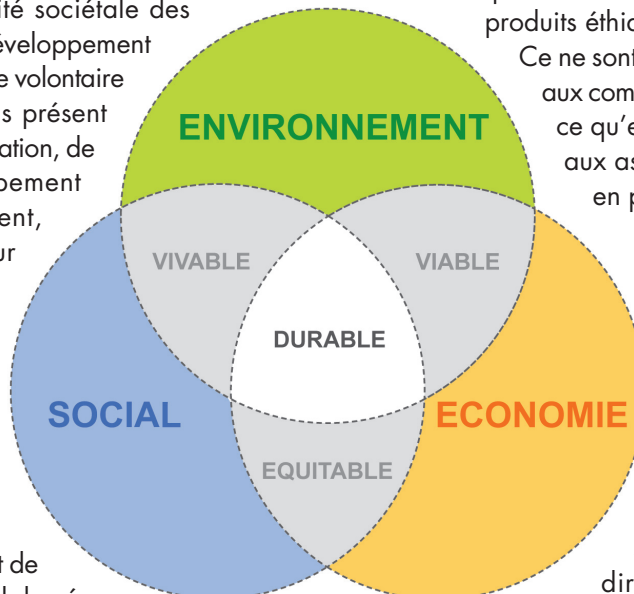
Axe I : Le courtier Responsable

Cet axe cible donc la responsabilité sociétale du courtier en partant de deux pratiques concrètes : la démarche « paperless » et les obligations de formation, comment

utiliser la formation pour diffuser de la connaissance en RSE. Vous trouverez en page 13 et 16 les enseignements tirés de notre enquête à ce sujet.

Axe II : L'assurance responsable

Nous avons abordé ici la compagnie d'assurances en tant qu'acteur responsable du point de vue des produits éthiques disponibles sur le marché. Ce ne sont donc pas les pratiques internes aux compagnies qui ont été ciblées, mais ce qu'elles proposent aux courtiers ou aux assurés. Cet axe sera développé en page 17 de ce numéro.



Axe III : La Fédération responsable

Le rôle sociétal de FEPRABEL en tant que fédération est d'engager tous les acteurs du secteur de l'assurance dans la direction d'une couverture de risques plus responsable et en ligne avec les attentes de la Société.

Pour informer ses membres et sensibiliser ses différents partenaires, FEPRABEL travaille sur trois projets : la rédaction d'une charte éthique dont vous trouverez l'avant projet en page 22, la mise à disposition d'une section RSE sur notre site Internet (cf. page 23) et enfin la réalisation d'une vidéo présentant le courtier de demain que vous verrez en primeur lors du congrès du 6 octobre prochain (n'oubliez pas de vous inscrire sur www.feprabel.be/congres2011).

Fleur Jasoigne
 fleur@feprabel.be
 En collaboration avec CAP Conseil



AVEC LE SOUTIEN DE LA DIRECTION GÉNÉRALE OPÉRATIONNELLE DE L'AGRICULTURE, DES RESSOURCES NATURELLES ET DE L'ENVIRONNEMENT

Axe I : Le Courtier Responsable

a) Le bureau sans papier

Afin de mieux cerner la réalité du terrain, nous avons rencontré quatre bureaux : deux ayant entamé la démarche et deux autres pas encore.

L'approche pour les bureaux paperless a principalement ciblé les raisons de leur démarche et les conséquences sociales et environnementales de celle-ci :

- Quelles sont les raisons qui ont amené le choix d'une gestion sans papier ?
- Quels sont les avantages et les inconvénients principaux au paperless ?
- Quelles sont les étapes qui ont été mises en place, et celles prévues à moyen et/ou long terme ?
- Infrastructure informatique : l'infrastructure a-t-elle été remplacée et/ou complétée ? À quel coût ?

■ Social :

- Comment l'utilisation des nouveaux outils a-t-elle été gérée ?
- Quel a été l'impact sur le personnel (en termes de motivation, adaptation au changement, impact psychologique, formation, aptitudes, etc.) ?
- Ceci a-t-il eu un impact sur la taille de l'équipe ? (effet de substitution « employé => machine »)
- Quel a été l'impact sur les relations avec les clients ? (contact humain, efficacité, fiabilité et convivialité)
- Quel a été l'impact sur les relations avec les compagnies d'assurances ?

■ Environnemental :

- Quel est l'impact sur la consommation de papier ?
- Quel est l'impact sur les consommables d'imprimante ?
- Quel est l'impact sur la consommation d'énergie ?
- Quel est l'impact sur les déchets de bureaux ?
- Cycle de vie du matériel : quels critères d'achat ? Quelle filière suit le matériel usagé ? etc.
- Le niveau de sensibilisation et le niveau de connaissance des courtiers sur l'environnement ont-ils évolué une fois la gestion sans papier mise en place ?

- Plus général : selon vous, quels sont les critères les plus importants en responsabilité sociétale (environnement, social, éthique) pour un courtier ?

Les questions pour les bureaux non paperless ont surtout été axées sur les incitants et les obstacles à transiter vers le paperless.

- Seriez-vous intéressé par le paperless ?
- Pouvez-vous en justifier les raisons ?
- Quels sont les incitants/obstacles à passer en paperless ?
- Plus général : selon vous, quels sont les critères les plus importants en responsabilité (environnement, social, éthique) pour un courtier ?

Du côté des bureaux sans papier

Plutôt que l'environnement, c'est surtout l'adaptation aux nouvelles technologies qui a été avancée comme principale raison de choisir le paperless. La tendance étant à l'informatique, un outil incontournable de travail, les bureaux de courtage souhaitent suivre la tendance et se moderniser. Le paperless selon certains serait une évolution évidente. Chaque courtier a un choix à faire, mais le paperless est certainement l'outil de travail de demain.

Points positifs

Les avantages soulignés sont multiples, mais c'est le gain de temps et la transparence qui sont surtout mis en avant. Le gain de temps est considérable autant pour l'opérationnel que pour les délais d'attente de réponse. L'utilisation d'email permet aussi une grande réactivité face à une demande de client.

Selon les bureaux interrogés, le paperless donne un meilleur affichage visuel du dossier client. C'est plus de transparence au niveau de la gestion ; chacun peut accéder aux dossiers des clients sur le serveur interne, même en cas d'absence du gestionnaire. Il est également possible d'évaluer l'état d'avancement des dossiers et les possibles retards. La transparence bénéficie aussi au client car le secteur évolue vers un accès online du dossier. Le développement effectif de cet accès dépendra de la réaction du marché et des clients. >>>

>>> Points négatifs

En termes d'inconvénients, la nécessité d'imprimer reste présente. Malgré la démarche paperless, certaines situations obligent l'impression de documents. Par exemple, un déplacement chez un client implique de lui montrer des éléments de son dossier. Pour les nouvelles générations, il y a une évolution possible d'utiliser l'ordinateur portable ou l'iPad pour ce genre de déplacements, mais actuellement c'est trop tôt. Une mauvaise connexion internet réduit la possibilité de se déplacer chez le client avec un ordinateur portable. La correction de texte nécessite aussi, selon les personnes, l'impression d'un support papier.

Ce que dit la loi

En ce qui concerne le volet législatif, la loi n'est pas encore adaptée à 100 % pour cette évolution, surtout en ce qui concerne la signature des polices et les relations avec les compagnies d'assurances en cas de litige. Dans la pratique, les acteurs sont cependant prêts à jouer le jeu. A ce sujet, nous vous conseillons les articles de Maître Gouzée dans les Principium 2010 n°7 et 2009 n°4 respectivement sur la prescription et le délai de conservation des archives.

Mise en pratique

Les étapes de mise en place ont également été abordées. Pour certains courtiers, la transformation s'est faite petit-à-petit en commençant uniquement par le scanning des dossiers de sinistre; pour d'autres, elle a été directe et appliquée à tous les nouveaux dossiers. Les anciens étant soit scannés, soit gardés au format papier faute de temps.

Créer l'arborescence selon une structure logique dans le logiciel de gestion est une étape qui prend elle-même du temps et demande une bonne réflexion stratégique. Ce transfert sur PLW+ demande naturellement une phase d'adaptation. Il faut s'habituer à l'arborescence unique pour tous les dossiers.

Un courtier interrogé insiste sur l'importance de mettre tous les moyens nécessaires en place si un bureau décide de passer au paperless. Si la transition se fait lentement avec une bi-gestion entre gestion papier et paperless, le bureau risque de perdre beaucoup de temps et d'argent. Si le choix est posé, il est impératif de s'impliquer au maximum et ne pas faire cette démarche à moitié.

Combien ça coûte ?

En ce qui concerne les coûts de l'infrastructure informatique, les bureaux se fournissent en scanners et en logiciel PLW+. Les courtiers travaillent également avec deux écrans plutôt

qu'un. Le prix de PLW+ est de 10 à 15 € par mois par utilisateur.

Impact sur le personnel

Le pilier social est ensuite abordé. Les bureaux de courtage estiment que l'impact sur leur personnel est positif. Passer au paperless est un challenge mobilisateur. Pour que l'ensemble de l'équipe se mobilise, il est nécessaire que la direction soit à 100 % impliquée. Naturellement, l'adaptation au paperless dépend de chaque personne et n'est pas forcément liée à l'âge du courtier. Il ne faut pas beaucoup d'heures de formation, un jour et demi au total. Celle-ci est dispensée par Portima pour les courtiers travaillant avec Brio.

Relation avec le client

L'impact social sur le client est également positif. Le gain de temps et le court délai de réponse à ses requêtes constituent une amélioration notable. Intuitivement, on peut penser que l'informatisation induit une perte du contact humain avec le client. Les courtiers paperless démentent pourtant cet argument. Les contacts visuels, par téléphone ou par email sont conservés. Il est même avancé que le paperless induit une meilleure communication, car les courtiers peuvent dorénavant prouver très rapidement ce qui a été réalisé et ce qui reste à réaliser.

Relation avec les compagnies

Les compagnies d'assurance, quant à elles, encouragent également ce passage au paperless en raison du gain de temps qu'il engendre dans le processus. Leur personnel est généralement déjà formé et réactif. La question de la sécurité des transferts de documents et des informations par email est résolue grâce au système ASweb. L'information transférée par ce moyen a valeur de recommandé, ce qui n'est pas encore le cas pour les emails.

Environnement

Pour le pilier environnemental, paradoxalement les résultats sont moins évidents. Il semble que le transfert vers le paperless n'ait pas été motivé pour des raisons écologiques. L'éventuelle diminution de papier n'a donc pas été mesurée. Certains pensent même que la quantité pourrait encore être réduite. Il y a certainement moins de papier en circulation, mais il reste cependant des opérations qui nécessitent des impressions.

Du côté des bureaux débutants

Les bureaux interrogés n'ayant pas émis le souhait de passer à une gestion sans papier, ils sont plutôt « non paperless »

que débutants. L'obstacle principal est la peur de perdre beaucoup de temps au scanning des dossiers. Le souhait est de suivre le mouvement du marché et ne pas prendre trop de risque dans l'innovation technologique. Selon les bureaux interrogés, il n'y a pas d'avantage pour le client que le courtier devienne « vert ». Les clients n'attacheraient pas d'importance à ce que leur police ou leur dossier soit « vert » ou digital.

Ce n'est pas l'argument du coût (du logiciel, des scans ou deuxièmes écrans, etc.) qui a été souligné comme frein à la transition. C'est davantage une question de temps perdu. Il faut se former, s'adapter au changement et gérer la transition. Il est plus rapide et efficace d'acheter une armoire en plus lorsque nécessaire. Bien sûr, certains clients ont moins recours au papier et communiquent volontiers par email et pdf. Il faut noter également que les courtiers qui n'utilisent pas Portima et Brio n'ont pas nécessairement les logiciels adaptés au paperless. Et ce n'est pas l'argument du paperless qui les convaincra à opter pour ces logiciels, que certains refusent tout simplement pour leur gestion quotidienne.

La dernière question des interviews touche aux critères importants en Responsabilité Sociétale pour un courtier. Être éthique est l'argument principal avancé, bien avant les économies de papier. Aujourd'hui, les compagnies d'assurances n'encouragent pas la transparence et l'assurance durable car il y a très peu de produits véritablement

révolutionnaires dans ces domaines. Ce sont plutôt les pratiques commerciales et marketing pour les produits conventionnels qu'il faut faire évoluer.

Conclusion

Le phénomène paperless est davantage vu par les courtiers comme un gain de temps et une meilleure visibilité des dossiers clients. Le souci d'écologie n'est pas une raison de transiter au paperless, mais une conséquence heureuse.

Les avantages financiers et de transparence qu'apporte le paperless pourraient donc convaincre tout le secteur du courtage, et apporter simultanément une diminution de son impact environnemental. Dans cette mobilisation, FEPRABEL a un rôle à jouer et continuera à mettre cette nouvelle gestion en avant, ainsi que le succès rencontré des courtiers pionniers.

Par ailleurs, la question de l'approvisionnement responsable (par exemple les achats de papier recyclé, de « green IT », de fournitures durables) est à l'agenda des sensibilisations que FEPRABEL apporte aux courtiers également, pour alléger l'empreinte environnementale de leurs activités journalières. Principium vous encourage à suivre la rubrique « RSE » à ce sujet.

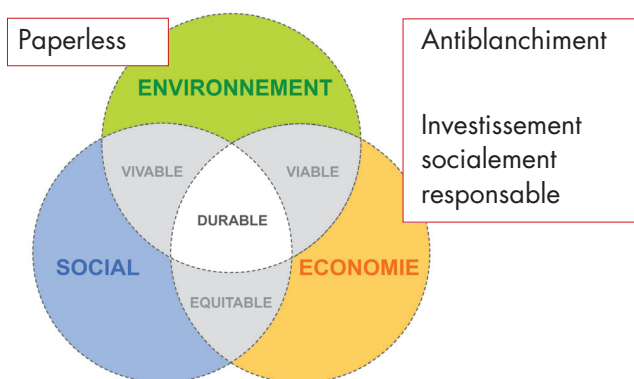


>>> Axe I : Le Courtier Responsable

b) Formation : état des lieux

CAP Conseil a établi la liste des formations existantes abordant un ou plusieurs aspects de la Responsabilité sociétale, plus particulièrement au niveau des organismes agréés dans le cadre du recyclage régulier.

Suivant les trois piliers Environnement-Social-Économie qui définissent classiquement le développement durable, il existe des formations qui peuvent se rattacher aux aspects Environnement et Économie, mais il en existe par contre peu en ce qui concerne le volet social/sociétal (hormis l'ISR).



- Le paperless est proposé notamment par Brokers training. L'organisme offre une formation en paperless avec le module PLW .
- L'anti-blanchiment est une formation obligatoire, mais elle entre dans des critères de bonne gouvernance et donc d'économie durable. Insert, Brokers training et beaucoup d'autres organismes agréés par FEPRABEL, Assuralia et FVF offrent ce genre de formation.
- L'investissement socialement responsable a été abordé par Echiquier Academy, lors d'un cours appelé « Les clés de la gestion financière : actifs à long terme, gestion valeur, et Investissement Socialement Responsable ».

Ces trois formations sont certes très importantes, cependant force est de constater que l'offre de formations spécifiques en responsabilité sociétale, éthique ou développement durable est quasi-inexistante. C'est pourquoi une liste de formations potentiellement pertinentes pour le métier de courtage est dressée ci-dessous. Plusieurs domaines de

formation sont adaptés au métier de courtage et adressent la Responsabilité sociétale :

- L'Éthique dans les pratiques d'assurances : la concurrence loyale, la transparence sur les conditions de couverture, l'accessibilité à des publics fragilisés, la suppression de pratiques discriminatoires (sélection de candidats, de clients, etc.).
- La gestion des risques pour une meilleure gouvernance - gestion des risques de santé, de sécurité et de l'environnement – anticipation des risques : savoir entamer un dialogue sur les questions de société et faire le lien avec son métier.
- La neutralité en CO₂ – calculer et réduire les émissions d'un bureau de courtage en termes de mobilité, de réduction de papier consommé, critères d'achats, etc. mais aussi comprendre les démarches que des entreprises et des particuliers peuvent entamer à ce propos. Cela renforcerait la capacité de conseil du courtier. Plusieurs organismes, universités et bureaux de formation offrent ce genre de module.
- La motivation de ses employés et la gestion du changement dans la gestion quotidienne (paperless, achats durables), etc.
- Les instruments économiques, financiers et fiscaux en RS – investissement socialement responsable, label éthique, microassurance, microfinance, etc.
- Les achats responsables : pour améliorer le choix des fournisseurs et des fournitures (papier, IT, entretien, voitures, etc.)
- L'entreprise et le marché du durable : comment conjuguer crédibilité et efficacité, Le consommateur et le marché du durable, comment connaître et élargir ses marchés, appréhender autrement les marchés (voir ICHEC Entreprises par exemple).
- Au niveau management, mettre en place une politique de diversité (non discrimination à l'embauche...)

Dans un premier temps, ces formations peuvent être proposées sans figurer dans le cadre du recyclage régulier. L'étape suivante consistera dans la mesure du possible à intégrer ces matières dans ce cadre.

Axe II : L'Assurance Responsable

Dans le cadre de ce deuxième volet, l'étude a porté sur les initiatives des compagnies d'assurances en termes de produits proposés sur le marché et sur la façon dont FEPRABEL et le courtier peuvent être des alliés de leurs démarches socialement responsables.

Afin de définir ce qu'est une compagnie d'assurances responsable, nous nous sommes basés sur les travaux du groupe de travail sur l'assurance (Insurance Working Groupe – IWG) mis sur pied en 1995 par l'UNEPFI. L'IWG a souligné en 2007 dans un de ses rapports de recherche neuf enjeux du développement durable qui sont « incontournables pour les assureurs en raison de leur urgence, de l'envergure de leur impact potentiel et du rôle éventuel du secteur ».

1. Changement climatique
2. Micro-assurance
3. Pérennisation des revenus
4. Santé
5. Risques émergents dus à l'activité humaine
6. Responsabilité civile environnementale
7. Ressources naturelles
8. Recyclage
9. Système de management environnemental des sites

Depuis lors, le standard ISO 26000 sur la Responsabilité sociale a été mis sur pied. Celui-ci préconise que les organisations (donc les entreprises privées et fédérations incluses) prennent en compte sept thèmes incontournables pour une société durable et déterminent leurs actions potentielles pour y contribuer de façon positive (voir schéma ci-contre).

Pour le secteur de l'assurance, il semble évident que le courtier et l'assureur peuvent déjà avoir des leviers d'action sur :

- Les questions relatives aux consommateurs : marketing éthique et respectueux, information non biaisée et transparente.
- La loyauté des pratiques : fiabilité de la couverture, défense des intérêts des clients.
- L'environnement : paperless, déplacements.
- La gouvernance de ces organisations.



La compagnie d'assurances responsable pourrait dès lors être définie comme une compagnie qui, par ses pratiques et ses produits, suscite, encourage ou renforce un comportement responsable du courtier et de l'assuré dans ces domaines.

Analyse des produits

Deux types de produits ont été distingués : les produits verts d'une part, et les produits sociaux/économiques d'autres parts. Une grille d'analyse a été soumise à l'ensemble de nos compagnies partenaires. Celle-ci comprenait les questions suivantes :

Produits verts

- Possédez-vous des produits que vous qualifieriez de « verts » ?
- Si oui, lesquels ?
- Pour quel public cible ?
- Comment les avez-vous mis sur pied et quels canaux de vente/promotion ?
- Quel est le succès de ces produits ?
 - Est-ce que les courtiers les connaissent ?
 - Quel est le public le plus sensible / qui achète ?

>>>

- >>> ○ Quel est le public qui n'est pas intéressé ?
- Avez-vous des projets pour de futurs produits ? Quels sont les besoins existants non comblés ?
- Avez-vous des produits verts qui ont été pensés mais qui n'ont pas été lancés ? Pourquoi, quels sont les obstacles ?
- Quel serait le rôle du courtier dans la mise en œuvre de votre politique RSE/DD ?

Produits sociaux/économiques

- Possédez-vous des produits que vous qualifieriez de « sociaux » ou « sociétaux » ?
- Pour quel public cible ?
- Comment les avez-vous mis sur pied et quels canaux de vente/promotion ?
- Quel est le succès de ces produits ?
 - Est-ce que les courtiers les connaissent ?
 - Quel est le public le plus sensible / qui achète ?
 - Quel est le public qui n'est pas intéressé ?
- Offrez-vous des garanties d'accessibilité pour tous à vos produits d'assurance ? Comment cela se traduit-il dans la pratique, par exemple face à des associations, des ONG ou des acteurs de l'économie sociale ?
- Des projets pour de futurs produits ? Quels sont les besoins existants non comblés ?
- Des produits sociaux/sociétaux qui ont été pensés mais qui n'ont pas été lancés ? Pourquoi, quels sont les obstacles ?
- Quel serait le rôle du courtier dans la mise en œuvre de votre politique RSE/DD ?
- Avez-vous des fonds éthiques ou des investissements socialement responsables (ISR) ?

Le tableau qui suit en page 19 résume à lui seul l'ampleur du chantier possible, offert à la créativité des compagnies d'assurances désireuses de combler les lacunes et attentes légitimes d'une Société en pleine évolution et de s'aligner aux tendances de leurs sociétés mères et des autorités internationales.

Par ailleurs, des interviews qualitatives ont été menées auprès de quatre compagnies. Il en ressort que certaines d'entre-elles avancent une politique en Responsabilité Sociétale avec une charte, des objectifs fixés sur 5 ans, des responsables désignés par business unit et des rapports annuels d'état de l'avancement destiné au groupe. Les plus petites compagnies ont généralement moins d'engagements formels en termes de RS ou de DD.

Selon les compagnies, leur rôle sociétal est d'aider les assurés à éviter les risques. Elles s'axent donc principalement sur la prévention.

Différentes initiatives sont prises pour améliorer leur impact

environnemental ou social. Par exemple pour la politique d'achat, certaines utilisent le système de facturation électronique Zoomit pour moins de papier ou consomment du café fair trade. La sensibilisation au tri des déchets ou aux conférences-call pour réduire les déplacements hors Belgique sont d'autres pratiques exemplaires.

En ce qui concerne les produits durables, que ce soient environnementaux ou sociaux sur le marché belge, quelques initiatives sont soulignées. Elles peuvent être classées en quatre domaines : l'assurance auto, l'assurance vie, l'assurance habitation, l'investissement socialement responsable.

En assurance automobile, les initiatives sont surtout tournées vers le public des jeunes conducteurs. On pense aux boîtiers informatiques pour mesurer la qualité de la conduite, et aux réductions de primes selon les bons résultats révélés par cet outil. Par ailleurs, des produits proposent des réductions de primes si le véhicule n'a pas parcouru plus de 10 000 km à l'année.

En assurance vie, une initiative intéressante est le produit adapté aux maladies telles que le diabète. Les primes sont parfois adaptées pour les fumeurs ou les fumeurs dits « occasionnels » si une certaine quantité de cigarettes fumées n'est pas dépassée par semaine. Une compagnie assure l'accessibilité à son produit vie même pour de plus petits revenus et sans différenciation dans l'âge (accessibilité pour mineurs tant que pour les seniors).

Pour l'assurance habitation, quelques rares compagnies acceptent de ne pas faire d'augmentation de prime pour les constructions en bois, ou couvrent spécifiquement les panneaux photovoltaïques contre le vol.


Finalement, pour l'investissement socialement responsable (ISR) les possibilités sont plus réduites. On trouve l'ISR principalement pour les produits comme l'épargne pension, avec des fonds diversifiés en environnement, énergie, santé, etc. Mais aucun ISR n'existe sur d'autres produits classiques d'assurance où une prime mensuelle est versée. Dans ce cas-là, l'assuré ne contrôle pas l'investissement de sa prime. La marge de manœuvre pour gérer éthiquement les sommes ainsi collectées est pourtant considérable, et les fonds et les méthodes de garanties existent.

Quant au succès de ces produits durables, les compagnies soulignent que les entreprises sont davantage demandeuses de ces produits que les particuliers. Les fonds d'assurance groupe éthiques par exemple sont les plus fréquents. La demande des particuliers semble plus timide. Certaines reconnaissent pourtant qu'une évolution sera nécessaire. Car à long terme, les mesures gouvernementales seront



		Produit avec critères encourageant les comportements économiques durables (entrepreneuriat social)	Produit qui peut être soutenu par un investissement socialement responsable ?	Produit avec critères encourageant les comportements sociaux (moins primes pour ASBL, ONG, microassurance), avec accès aux plus démunis / personnes vulnérables ?	Produits avec critères encourageant les comportements environnementaux (ex: pro-voiture propre, construction passive)	comportements environnementaux
Particuliers	Vie et placement					x
	Hospitalisation et soins de santé		x			
	Incendie risques simples	x				
	Incendie risque spéciaux					
	Prêt					
	Individuelle					
	Voyage					
	Assistance					
	Responsabilité Civile du particulier					
	Auto	x				
	Protection juridique					
	Divers					
	Multi-branches					
Entreprises	Accidents du travail et assurances collectives					
	Vie et placement					x
	Hospitalisation et soins de santé					
	Incendie risque spéciaux					
	Incendie risques simples					
	Responsabilité Civile autre que particuliers					
	Responsabilité Objective et immeuble					
	Protection juridique					
	Transport et marine					
	Prêt					
	Auto	x				
	Divers					
	Multi-branches					

>>>



>>> plus axées sur la durabilité (en termes de déductions fiscales, etc.). Les nouvelles générations sont plus sensibles et donc plus exigeantes en termes de durabilité et de transparence que ne le sont leurs parents. Finalement, la crise a également eu un impact sur les attentes des clients en termes de bonne gouvernance et de transparence, même si la performance d'un produit reste le critère primordial.

À la question abordant la relation entre assureur et courtier, toutes les compagnies d'assurances consultées partagent l'avis que le courtier est un partenaire et un relais. Quant à l'approche qu'elles ont vis-à-vis de ce partenaire, des nuances apparaissent.

- Certains soulignent que l'important est la communication : par exemple, la compagnie expliquera en détails aux courtiers comment les fonds sont investis. Elles s'avancent parfois en précisant que leur philosophie est de sensibiliser, éduquer et toucher les courtiers sans préciser pour autant sur quelles actions elles communiqueraient ni quels moyens elles utiliseraient concrètement.
- Parallèlement, certaines insistent sur le rôle important qu'a le courtier d'avertir les compagnies de besoins non couverts sur le marché et de les aider à faire évoluer leur offre. Dans sa relation au client, il est un atout de la compagnie en ce sens qu'il a la connaissance technique suffisante pour expliquer et vulgariser à son client la relation entre le risque et le produit qui y répond le mieux.
- D'autres compagnies attirent l'attention sur le fait que le courtier est un partenaire mais qu'il reste libre de conseiller les produits qu'il souhaite promouvoir.

À la question inverse de savoir si les compagnies d'assurance écoutent les courtiers, les plus petites structures semblent y être plus attentives pour leur survie sur le marché, certaines grandes compagnies pourraient y être moins sensibles.

Ainsi, si le secteur de l'assurance veut avancer vers la durabilité, le courtier a certainement un rôle à jouer. Les courtiers ne semblent pourtant pas aborder les sujets de la RSE et du DD dans les produits... mais le marché serait-il sensible à cette démarche ?

Sur base de l'échantillon limité d'interviews réalisées, la première impression est que le monde de l'assurance n'est pas pionnier en termes de RSE ou DD, en comparaison à des secteurs comme l'alimentation, l'automobile, la grande distribution ou l'industrie en général. Même le secteur bancaire semble avoir pris un peu d'avance (Investissement

socialement responsable, banque éthique, exclusion de certains secteurs économiques pour les placements, prêts verts, etc.).

Il semble que le cadre législatif n'incite pas non plus à une proactivité dans le domaine, les produits d'assurance étant complexes à gérer et la pression des clients étant virtuellement nulle aujourd'hui.

Par conséquent, les résultats de l'inventaire de produits sont maigres. Des dires de certains courtiers comme de certains assureurs eux-mêmes, les quelques produits proposés aujourd'hui sur le marché relèvent plus d'une stratégie de marketing que d'une réelle intention de faire progresser la qualité sociétale des couvertures de risque. Il reste un vaste champ d'innovation à explorer en matière de produits durables. Dans cette perspective, FEPRABEL peut jouer un rôle pivot, en tant que fédération des courtiers en relation étroite avec les compagnies d'assurance.

Son principal rôle tient au lobby qu'elle peut exercer sur les compagnies

- Pour faire adapter leurs produits ou innover pour récompenser les comportements durables des assurés et/ou répondre à des besoins non encore satisfaits de personnes moins privilégiées.
- Pour encourager l'axe de l'investissement socialement responsable encore trop peu présent dans le secteur de l'assurance : investir dans des projets durables.

Dans ce rôle de lobby, FEPRABEL renforcera ses rapports avec les autres fédérations et institutions de secteur et de l'assurance, pour donner plus de poids à sa démarche. Simultanément, FEPRABEL soutiendra une politique de l'assurance éthique dans ses relations avec ses partenaires quels qu'ils soient.

Axe III : La Fédération Responsable

Les deux premières parties se sont axées sur le rôle que FEPRABEL prendra vis-à-vis des courtiers et vis-à-vis des compagnies d'assurances en termes de sensibilisation et de lobby.

Ce troisième et dernier axe se penche davantage sur le rôle que FEPRABEL souhaite prendre en tant que fédération, pour elle-même et dans ses activités quotidiennes. Son ambition est triple : une charte pour s'engager, une collaboration soutenue avec les autres fédérations, une collaboration avec les pouvoirs publics.

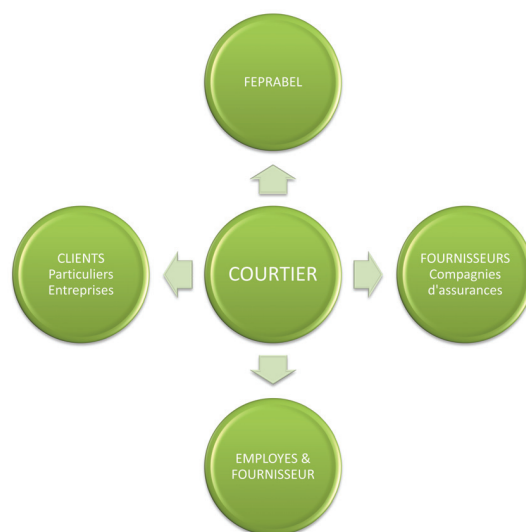
La première étape de l'engagement de FEPRABEL est une charte éthique qui impose à la fédération de se positionner comme un acteur pionnier en développement durable et à assumer pleinement ses responsabilités sociétales. Cette charte sera soumise aux courtiers membres à tous les partenaires ou collaborateurs à FEPRABEL dans l'objectif d'une mobilisation importante du secteur de l'assurance.

La seconde étape est de renforcer les contacts et la collaboration avec les autres fédérations ou autres institutions du secteur de l'assurance : la Federatie voor verzekering- en financiële tussenpersonen, Assuralia, BIPAR, etc. Collaborer avec ses institutions pour connaître quelles sont les meilleures pratiques en RSE et en DD dans le secteur et pousser à un engagement collectif des institutions. S'associer pour sensibiliser, mobiliser les acteurs pour des actions ou événements marquants, etc.

Simultanément, FEPRABEL souhaite renforcer ses relations avec les pouvoirs publics en vue d'une évolution du secteur de l'assurance vers plus de durable, d'éthique, de socialement responsable. Elle s'attache à conscientiser les pouvoirs publics des manques à combler en termes de législation et d'incitants au comportement durable chez les citoyens, les compagnies d'assurance et les courtiers.

Ce premier projet RSE de FEPRABEL a permis de faire un bilan de la situation du secteur de l'assurance et de comprendre le potentiel considérable d'amélioration qui existe pour tous les acteurs qui le constituent. Dans le futur, elle continuera sur cette lancée et entreprendra des initiatives selon les trois axes précités : la responsabilité sociétale chez le courtier, la compagnie d'assurances et la fédération. La collaboration de FEPRABEL avec tous les acteurs partenaires sera la clef du succès de cet ambitieux projet.

1 Charte, 5 engagements



Dans son projet durable, FEPRABEL souhaite stimuler l'engagement de ses membres par une Charte éthique FEPRABEL. Elle est une première proposition innovante pour combler un vide d'engagement concret et officiel dans le secteur. Son objectif est de sensibiliser les courtiers à leur responsabilité face au développement durable et à la RSE. Nous vous présentons en page 22 le projet de charte encore en cours d'élaboration.

Celle-ci s'inspire de la Charte Développement Durable de la Fédération Française des Sociétés de l'Assurance, publiée en 2009, ainsi que des règles de conduite édictées par Assuralia.

Cette charte éthique s'articule autour de 5 pôles, soit 5 engagements :

1. Se positionner en tant qu'acteur responsable du Développement Durable
2. Contribuer à la lutte contre le changement climatique, ses conséquences et à la préservation de l'environnement
3. Participer à la réduction des vulnérabilités sociales et contribuer à une protection sociale durable
4. Favoriser une politique d'investissements responsables (ISR)
5. Fonctionner dans un cadre environnemental et social responsable



Préambule

Professionnels de la gestion des risques, acteurs de la préparation de l'avenir et du développement économique, les courtiers en assurances sont étroitement intégrés à tous les niveaux de l'organisation économique et sociale, notamment au niveau local et occupent ainsi une position privilégiée pour promouvoir les actions contribuant au développement durable, en raison :

- de leur utilité sociale et économique : donner la capacité à toutes les composantes de la société de se projeter dans l'avenir en organisant avec les compagnies d'assurances la protection des personnes, des actifs financiers, matériels et la continuité des activités économiques.
- de leur rôle : analyser le risque et les produits d'assurance qui y répondent, prévenir le risque par des recommandations, l'adoption de polices particulières et adaptées aux besoins des clients.
- de leur engagement à long terme : comprendre les mutations de notre société, les accompagner, investir dans des relations à long terme pour couvrir les engagements contractés auprès des assurés.

Le courtier en assurances est donc un vecteur de diffusion du développement durable au sein de la société. C'est pourquoi FEPRABEL s'est fixé des objectifs en juin 2011 en publiant la Charte éthique des courtiers en assurances, qui exprime la prise de responsabilité sociétale de FEPRABEL et des courtiers affiliés.

Engagement 1 : Se positionner en tant qu'acteur responsable du développement durable

- Afficher ses valeurs, ses principes de gouvernance et sa déontologie.
- Affirmer son rôle auprès de l'ensemble des parties prenantes (pouvoirs publics, compagnies d'assurances, ONG, consommateurs...).
- Reconnaître au plus haut niveau l'importance de la responsabilité sociétale et l'intégrer à sa politique de développement.
- Informer des actions menées sur la base des engagements de la présente charte.

Engagement 2 : Contribuer à la lutte contre le changement climatique, ses conséquences et à la préservation de l'environnement

- Promouvoir des mesures d'atténuation par la promotion de produits d'assurances à valeur ajoutée

environnementale et sensibiliser les assurés et les autres parties prenantes à adopter des comportements écologiques vertueux.

- Aider à l'adaptation au changement climatique en préconisant des démarches de réduction de la vulnérabilité aux risques de catastrophes naturelles.

Engagement 3 : Participer à la réduction des vulnérabilités sociales et contribuer à une protection sociale durable

- Se tenir informé et promouvoir des produits adaptés et de nouveaux services ; jouer lorsque nécessaire un rôle d'alerte.
- Promouvoir l'adoption de comportements responsables par la sensibilisation et la prévention des comportements à risque.

Engagement 4 : Favoriser une politique d'investissements responsables (ISR)

- Privilégier le partenariat avec les compagnies qui indiquent clairement, si et comment les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance sont pris en compte dans la gestion d'actifs des polices d'assurances vendues.
- Encourager la commercialisation de produits « ISR ».
- Favoriser le développement économique, en particulier par la couverture des PME et des infrastructures.

Engagement 5 : Fonctionner dans un cadre environnemental et social responsable

- Evaluer et réduire les impacts environnementaux et notamment les émissions de gaz à effet de serre (bilan des émissions de gaz à effet de serre, bureau paperless, réunions neutres en carbone, produits de green IT...).
- Intégrer des critères de développement durable dans la procédure de sélection et d'accompagnement des fournisseurs.
- Inciter les acteurs de la chaîne à une démarche de développement durable (du produit jusqu'à l'expertise et la réparation, réseaux...).
- Continuer à favoriser et à améliorer l'égalité professionnelle, la mixité, la diversité et la formation dans l'entreprise.
- Sensibiliser et former les acteurs de la profession à l'adoption de comportements exemplaires, respectueux de l'environnement et de la société.