

# LE MARCHÉ FRANÇAIS DE LA BANCASSURANCE



## Quelles stratégies pour poursuivre et accélérer la conquête du marché de l'assurance ?

Les Echos Etudes se sont penchés sur le marché de la bancassurance. L'étude identifie les forces et les faiblesses des bancassureurs sur tous les segments du marché de l'assurance. Elle permet de mieux appréhender la légitimité des bancassureurs et comprendre les stratégies ainsi que les positionnements des différents acteurs de la bancassurance en France.

### Les bancassureurs profitent de la volatilité accrue des clients pour gagner des parts de marché

Confrontés à la stagnation puis à la baisse des revenus en banque de détail, les groupes bancaires ont mis l'assurance au cœur de leur stratégie au cours des dernières années, capitalisant sur leur clientèle et leurs importants réseaux physiques de distribution. Les bancassureurs ne cessent ainsi de grignoter des parts de marché aux autres acteurs. En assurance-vie, leur marché phare, sur lequel ils disposent d'une très forte légitimité, leur poids a ainsi augmenté de 4 points depuis 2009, pour atteindre 65% selon la FFA. En dommages corporels et en biens et responsabilité, leurs parts de marché ont gagné respectivement 3 et 3,7 points sur la même période.

Les efforts et les investissements des bancassureurs se sont donc révélés payants. En particulier depuis 2014 et la loi Hamon qui a accru la volatilité des assurés. Bien sûr, les bancassureurs souffrent aussi de la hausse du turnover des portefeuilles en non-

vie mais l'augmentation du taux de résiliation est, pour la plupart des acteurs, largement compensée par la conquête de nouveaux clients.

### Des positions encore trop faibles en non-vie et sur le segment des entreprises

Les marges de progression des bancassureurs sont toutefois encore importantes en non-vie. Le taux d'équipement de la clientèle bancaire de leur groupe d'appartenance est faible (un particulier sur 4 pour Natixis par exemple), même s'il diffère fortement d'un acteur à un autre. Surtout, les acteurs sont encore très en retard sur le segment des professionnels et des entreprises, sur lequel leur part de marché n'atteignait en dommages que 3,3% en 2015 selon les données de Facts & Figures. Certes, les primes stagnent, mais la rentabilité plus élevée de ces contrats (12,4% contre 5,1% pour les particuliers) attire l'ensemble des assureurs. Et les groupes bancaires comptent bien tirer leur épingle du jeu. De même en assurance santé, l'ANI a ouvert de nouvelles perspectives sur le segment des contrats collectifs mais aussi en individuel (sur-complémentaires, couverture des travailleurs non salariés).

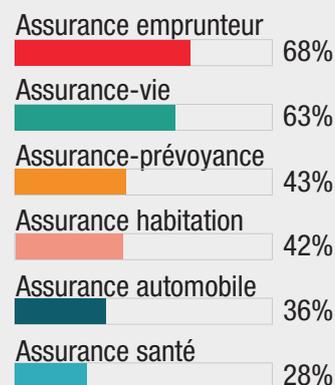
En santé et en dommages, les bancassureurs souffrent néanmoins encore d'un déficit de légitimité, que ce soit auprès des particuliers ou des entreprises.

### Quête de légitimité et fidélisation, deux importants chantiers pour les bancassureurs

Le premier chantier des filiales d'assurance des banques est donc la quête de la légitimité auprès des particuliers comme des entreprises. Si les stratégies de communication ont leur importance, c'est surtout via l'élargissement de l'offre, afin de proposer l'ensemble des produits, que l'image d'assureur des banques se renforcera. La montée en gamme des produits proposés est également cruciale. Afin d'attirer les particuliers les plus sensibles aux tarifs, notamment les jeunes, les bancassureurs ont lancé des assurances automobile ou habitation d'entrée de gamme très avantageuses, négligeant parfois la compétitivité prix des formules plus protectrices. Une fois la clientèle acquise, les bancassureurs doivent également travailler sur la rétention des assurés. S'ils misent beaucoup sur le digital, la qualité de la couverture et des services, la dimension humaine de la relation avec l'assuré et la personnalisation du conseil ne doivent pas être négligées.

## Votre conseiller bancaire est-il le bon interlocuteur pour souscrire ces assurances ?

Total des oui



Source : Les Echos Études

## SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

### BANCASSUREURS : QUELLES STRATÉGIES POUR S'IMPOSER ?

#### 01 La dynamique de la bancassurance en France

##### Les évolutions des déterminants des marchés assurantiels français

- > Les tendances économiques de fond : contexte financier, demande, innovation digitale, etc.
- > Les évolutions réglementaires aux niveaux européen et français

##### L'activité sur les marchés vie et non-vie

- > Taille, croissance sur les différents segments et marchés clients, rentabilité

##### Les tendances récentes en bancassurance

- > Une domination historique en vie malgré des taux servis moins attractifs
- > Une percée en dommages et prévoyance

##### La légitimité des banquiers en assurance

- > **Exclusivité : analyse des résultats des sondages Les Échos Études sur la légitimité des banquiers en assurance auprès des particuliers et des entreprises**

#### 02 La structure concurrentielle du secteur de la bancassurance

##### Parts de marché et rentabilité des principaux bancassureurs sur les différents marchés

##### Présentation des grands modèles de la bancassurance

- > Les spécialistes vs les généralistes, leur mix d'activité, leur dépendance aux réseaux d'agences du groupe
- > Les groupes bancaires et l'assurance : poids de l'assurance dans le PNB, les modèles intégrés et les partenariats

##### Perspectives internationales des bancassureurs

- > Les grands bancassureurs étrangers
- > La présence des bancassureurs français dans le monde

#### 03 Les acteurs de la bancassurance et leurs produits

##### L'analyse détaillée des 15 principaux acteurs

- > Organisation, chiffres clés, gammes de produits et stratégies

##### Le panorama de l'offre des principaux réseaux de banque de détail

- > Étendue des gammes des produits et partenariats

#### 04 Les stratégies des bancassureurs pour protéger leurs marchés phares et conquérir de nouvelles parts de marché

##### Les stratégies de différenciation des acteurs de la bancassurance

Le renforcement des activités d'assurance des groupes bancaires : élargissement de l'offre, montée en gamme, ciblage de nouveaux types de clientèles, intégration croissante de l'activité, recherche de rentabilité en assurance-vie, etc.

L'optimisation de la distribution : capitalisation sur la clientèle bancaire, diversification des canaux de distribution



#### L' AUTEUR Hélène MEZIANI

Expert du secteur : Banque-Finance-Assurance  
hmeziani@lesechos.fr

"Depuis plus de 10 ans, nous suivons les problématiques des mondes de la banque, de la finance et de l'assurance. Notre objectif est d'analyser les stratégies et les innovations qui émergent dans ces secteurs. L'ensemble de notre démarche est basée sur la confrontation de l'analyse quantitative de l'offre et de la demande et l'étude qualitative des grandes mutations des modèles économiques alliant ainsi profondeur de l'analyse et précision des données."

**VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :**

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : [etudes@lesechos.fr](mailto:etudes@lesechos.fr)

Service Presse : Rakia AHMED mail : [rahmed@lesechos.fr](mailto:rahmed@lesechos.fr)

**Les Echos**ÉTUDES