

Assurances *des Particuliers*

N°108
Janvier 2009
10^{ème} année

Stratégies - Distribution - Relations Clients - Offre-Marchés

PUBLI
NEWS

Sommaire

ASSURANCE VIE

■ Fortuneo intègre des certificats basés sur l'or dans son contrat Symphonis Vie 2

DISTRIBUTION

■ Generali déploie sa stratégie "Internet" 3

FUSION

■ Harmonie Mutualité veut installer une marque nationale 4

Ce numéro contient deux encarts Publi-News

ASSURANCE VIE

Les acteurs du marché annoncent des taux de rendement 2008 stables ou en légère baisse

L'Afer vient de communiquer son taux de rendement 2008 de son fonds en euros qui s'élève à 4,36%, une annonce qui sert de baromètre à la profession. Ce taux est en légère diminution par rapport à celui de 2007 (4,42%). «*Nous ne voulons pas d'un taux «alléchant» au prix de la perte de sécurité du capital*, indique Gérard Bekerman, président de l'association d'épargnants. *En temps de crise, il ne sert à rien de vouloir briller.*» L'Afer qui compte près de 700.000 adhérents pour un encours de 40,1 Md€ dont 34,68 Md€ sur le fonds en euros, a enregistré une collecte de 2,17 Md€ en 2008, en recul de 13,6% notamment du fait des unités de compte (-53,7%) tandis que celle sur le fonds en euros est stable. Le coup d'envoi des annonces des taux de rendement a débuté dès début octobre 2008 avec Groupama (près de 17 Md€ d'encours sur le fonds en euros) et Gan Assurances (encours de 1,9 Md€) qui servent des taux de 4,5% et 4,6% sur les supports en euros, en hausse par rapport à l'exercice précédent de 0,10% le plus souvent (contrats Groupama Modulation, Groupama Epargne,...).

Suite page 2

ASSURANCE PLAISANCE

Le marché de l'assurance plaisance devient de plus en plus concurrentiel

La crise économique aura-t-elle un impact important sur l'assurance plaisance, marché particulièrement lié à la conjoncture ? Plusieurs assureurs investis sur ce marché constatent une baisse de leurs affaires nouvelles mais jusqu'à présent, rien d'alarmant rassurent-ils. Pour se développer sur ce marché qui tend à devenir de plus en plus concurrentiel, quelques acteurs misent sur des offres différenciantes à l'instar du «pay as you sail» lancé par Allianz et le courtier Assurplaisance, un contrat inspiré du «pay as you drive» en assurance auto.

Suite page 6

DISTRIBUTION

Arca Patrimoine mise sur les synergies avec les autres filiales du groupe Premium

Le groupe Premium (SAS au capital de 3 M€, 480 salariés dont 400 pour Arca Patrimoine) tend à développer les synergies entre ses sociétés. «*Par exemple, nous faisons appel à Capital Ressources, un cabinet interne au groupe pour le recrutement de salariés en agence d'Arca Patrimoine*», précise Ilinca Oancea, responsable communication et marketing, groupe Premium. La société Arcall Center qui compte une trentaine de collaborateurs, réalise des prises de rendez-vous auprès des prospects ou de clients pour Arca Patrimoine. Si le groupe est généralement un apporteur d'affaires important pour ses filiales, le but est qu'il devienne progressivement minoritaire. Arca Patrimoine commercialise une dizaine de produits tels que les assurances vie Imaging (produit incluant le fond structuré Fastuo Dynamic 4 et depuis le 7 janvier et jusqu'au 13 mai 2009, Fastuo Dynamic 5, indexé sur un portefeuille de 24 actions internationales) en partenariat avec la Société Générale et Esquisse pour les clients qui souhaitent investir en actions tout en bénéficiant de garantie.

Suite page 12

RETRAITE

Les assureurs se préparent à lancer des offres «variables annuités»

Les produits «variables annuités» ou contrats à annuités variables permettront-ils de relancer le marché de l'assurance vie particulièrement morose ? Plusieurs assureurs semblent y croire et sont sur les rangs pour proposer ce type d'offre tels que Groupama, Generali, Swiss Life qui a déjà lancé son premier produit à annuités variables, Swiss Life Champion, en octobre 2008 en Allemagne et qui prévoit une offre similaire en Suisse début 2009. La Mondiale Partenaire a lancé en janvier 2009 l'assurance vie Terre d'Avenir, prévoyant une garantie à vie d'au moins 4,5% du capital investi par an. Accessible à partir de 100.000 € (5.000 € pour les versements complémentaires) aux personnes de 45 à 75 ans, cette offre comporte trois orientations de gestion, prudent, équilibre, dynamique.

Suite page 2

www.publi-news.fr



Publi-News présente ses meilleurs vœux à ses abonnés pour 2009

Arca Patrimoine mise sur les synergies avec les autres filiales du groupe Premium

Le groupe Premium⁽¹⁾ entend développer les synergies entre ses sociétés. Grâce à ces synergies et à son dynamisme commercial, Arca Patrimoine⁽²⁾, la société pilier du groupe, a bénéficié d'une croissance à deux chiffres au cours de ces dernières années.

Suite de la page 1

La stratégie de la société repose notamment sur les unités de compte (UC) dans une approche de long terme (un peu plus de 80% de l'encours est constitué d'UC).

La société s'apprête à étoffer son réseau d'agences pour mieux fidéliser ses 86.000 clients et développer ses actions de conquête. Ainsi, elle prévoit au moins de doubler le nombre de ses agences (voir encadré) ainsi que son chiffre d'affaires à l'horizon 2012. Par ailleurs, la société projette de mettre en place un département gestion de fortune dans un délai de six mois à deux ans.

Un service qualité contrôle l'activité des mandataires

La qualité et la formation constituent des priorités pour Arca Patrimoine. Ainsi, un service qualité, constitué de trois personnes, contrôle l'activité des mandataires et suit les formations qui leur sont dispensées. «Nos collaborateurs élaborent des fiches patrimo-

niales à partir de l'écoute des besoins des clients, qui constituent une sorte de photographie de leur patrimoine. Cela permet d'évaluer les besoins actuels et de détecter ceux à venir et nous permet alors d'orienter le client vers telle ou telle filiale du groupe.

Dès 2005, nous avons mis en place le document «Informations et Conseils» qui permet de vérifier l'adéquation entre les besoins du client et les produits proposés», poursuit Ilinca Oancea. Un service clients, créé en 2007, constitué de trois personnes, réceptionne les appels et oriente les clients. Par ailleurs, Arca Patrimoine veut développer la communication interactive avec ses clients. Ainsi, son site Internet comporte depuis peu un blog ainsi qu'un forum.

La société développe également plusieurs dispositifs de formation à destination de ses collaborateurs en partenariat avec l'Ecole Supérieure d'Assurances (ESA), notamment le CQP (Certificat de qualification

professionnelle), une formation en deux ans dispensée auprès d'une trentaine de participants, un MBA en management dans l'assurance (formation d'un an avec 15 à 20 participants). L'évolution dans les grilles de commissionnement des mandataires est conditionnée à l'acquisition de connaissances théoriques et pratiques. ■

Nathalie FOULON

(1) Le groupe, créé en 2000, est constitué de neuf autres sociétés : Arca Santé (produits de prévoyance et de santé), Dynasanté (complémentaire santé via Internet), Capital Ressources (cabinet de recrutement spécialisé dans les métiers commerciaux), Immoptis (défiscalisation immobilière), La Financière de l'Oxer (société de gestion), MD Vie (produits d'épargne destinés aux professionnels du patrimoine), Arcall Center (marketing téléphonique), Libertaux (restructuration de crédits), NMM Assurances (produits d'assurance dédiés aux professionnels).

(2) Créé en 1997, Arca Patrimoine, filiale à 98% du groupe Premium, commercialise des produits d'assurance vie, d'épargne et de placement, dédiés aux particuliers. La société compte 140.000 contrats en portefeuille, soit 1,6 contrat par client. Fin 2007, l'encours de la société s'élevait à 600 M€.

BULLETIN D'ABONNEMENT

A faxer au : 01 47 57 37 25
Publi-News Service Abonnement
Tél. 01 41 49 93 64 / a.fraumont@publi-news.fr

OUI, je m'abonne à la lettre **Assurances des Particuliers** pour 1 an (11 numéros) au tarif de 550 € TTC
Etranger + Dom Tom 590 €

Je paierai à réception de facture

Nom

Prénom

Société

Fonction

Adresse

Code Postal

Ville

Pays :

Tél. :

Fax :

E-mail :

Date :

Signature

ASP 108



Deux questions à

Cyrille Minso, responsable commercial, Arca Patrimoine.

- Quel bilan faites-vous de l'activité du premier semestre 2008 ?

Au cours du premier semestre 2008, nous avons enregistré une baisse de la collecte brute d'environ 15%, un résultat meilleur que la tendance du marché. En 2007, notre chiffre d'affaires annuel a atteint 33,6 M€ au 30 juin 2007 (du 30 juin 2006 au 30 juin 2007), en progression de 16,7% par rapport à la même période précédente. Depuis 2003, nous enregistrons une croissance à deux chiffres. Ce développement est dû à une approche clients très personnalisée, au concept d'association des compétences et à une stratégie qui s'appuie sur un réseau de commerciaux «debutants».

- Quelle est la taille de vos réseaux de distribution ?

Nous travaillons avec 200 commerciaux mandataires. Nous distribuons également notre offre via une quinzaine d'agences (100 commerciaux salariés) dont une dizaine à Paris. Depuis le 30 juin 2008, nous menons une stratégie de développement de nos commerciaux salariés au niveau national. Notre objectif d'ici à 2012 est de conforter notre première place de courtier assurance vie et de dépasser la trentaine d'agences (comprenant chacune une dizaine de collaborateurs) en France. Il est important que nous soyons plus proches de nos clients notamment dans les régions.

www.publi-news.fr