



Le futur de l'assurance ou l'assurance du futur ?

Dans un monde qui change à toute vitesse, nous avons plus que jamais besoin d'être (r)assurés. Résolument tournés vers l'avenir, les métiers de l'assurance sont en pleine mutation. Pour le meilleur et contre le pire.

Qui aurait pu prédire que notre quotidien serait secoué par une pandémie causant des millions de pertes, avec des pays et des entreprises confinés pendant des mois, changeant définitivement notre façon de vivre et de travailler ? Qui aurait imaginé qu'une guerre horrible ferait rage en Europe, qu'il y aurait une pénurie mondiale de matières premières, que l'inflation toucherait nos murs du sol aux plafonds, et que les taux d'intérêt reviendraient à des niveaux que nous avions presque oubliés ? Qui pouvait s'attendre aux catastrophes climatiques qui ont ravagé des milliers de foyers ? Aux attentats terroristes qui sèment la terreur ?

Selon notre Prix Nobel Ilya Prigogine, l'avenir est incertain, mais cette incertitude est au cœur même de la créativité humaine. Et, une

chose est sûre : l'imprévisible, c'est le domaine des assureurs... qui ne manquent pas de ressources pour consolider notre « à venir ». À conjuguer, à l'instant présent au futur simple.

Quels changements en 2030 ?

Pas besoin d'une boule de cristal pour savoir que la modernisation est à l'ordre du jour. Toutefois, « pas de révolution, mais plutôt une évolution », défend René Vanrijkel, Directeur de KPMG. Pour avoir une vision plus claire des défis et des opportunités de demain, la parole est donnée à une trentaine de CEOs inspirants dans une étude prévisionnelle intitulée « 30 voices on 2030 – The future of Insurance » qui dépoussière les idées reçues. (disponible via le QR code ci-joint)

De la modification des comportements du consommateur



© SHUTTERSTOCK

à la montée en puissance de l'intelligence artificielle, en passant par la création de plateformes et de solutions « préemballées », plusieurs tendances se dégagent. Mais un point fait l'unanimité : « Le courtier existera toujours en 2030. Et il sera même plus puissant, plus essentiel qu'avant, car il sera encore plus proactif. » souligne Wim Ilsbroux. « Le secteur de l'assurance jouera un rôle très important dans la transformation d'une société plus équitable, plus durable, parce que l'assureur est un facilitateur de transitions. Il agit comme un catalyseur de changement »,

ajoute-t-il.

Même si les avancées technologiques et la collecte de data fournissent une avalanche de données pour analyser les besoins et offrir des meilleurs produits et services au juste prix, la connexion émotionnelle est irremplaçable. Pour nos experts, les compagnies d'assurances doivent rester capables de capter les émotions... Mais allons-nous vers une consolidation des courtiers ou vers une spécialisation ? « Un peu des deux... », tempère Annie Courbet, Managing & Marketing Director de Brocom.

« La technologie peut aider le courtier à être plus efficace, à optimiser les tâches administratives, pour justement pouvoir prévoir plus de temps de contacts personnels avec leurs clients. » plaident-ils en chœur. « La force du courtage, c'est sa diversité et sa non-homogénéité. Plus on consolide, plus on perd le lien et la proximité. Com-

prendre son client, être proche de lui, c'est un bien inestimable qu'on doit maintenir. Il ne faudrait pas qu'on en vienne au « syndrome des agences bancaires », où on ne trouve plus un distributeur de billets ou une agence dans son village. Il faut garder le contact humain. Rester près des gens et leur apporter une aide pratique. Le courtier a un rôle social à jouer dans la fracture digitale. Sans compter que l'assurance est une matière complexe qui doit être expliquée et analysée vis-à-vis des clients, autrement que via des machines ou des robots. Il y aura toujours des places à prendre. » soutient Patrick Cauwert, CEO de Feprabel. En d'autres termes, même si on observe déjà des différences structurelles, le courtier tient toujours un rôle principal dans ce scénario futuriste, mais réaliste.

D'ailleurs, ne dit-on pas que la meilleure façon de prédire l'avenir, c'est de le créer ?

Magali DUQUÉ



Wim Ilsbroux,

Head of Strategy & Partner-KPMG © D.R.

On va connaître un modèle hybride, c'est-à-dire à la fois digitalisé et personnalisé. Digitalisé, quand c'est possible. Et personnalisé, quand c'est nécessaire.



René Vanrijkel,

Directeur de KPMG © D.R.

JOBS DAY « LES MÉTIERS DE L'ASSURANCE »
22 AVRIL 2023

SOYONS LE CHANGEMENT !



FEPRABEL

Fédération des Courtiers en assurances
& Intermédiaires financiers de Belgique

Pourquoi votre courtier est

Êtes-vous (toujours) bien assuré ? C'est la question à laquelle seul votre courtier peut répondre, avec une vision à 360°.

Les temps changent... et les besoins évoluent. Un petit « check » n'est jamais superflu pour gagner en tranquillité. Et bien plus encore. Mais vers qui se tourner ? Annie Courbet, Directrice Marketing de Brocom, nous explique le pourquoi du comment se référer à un courtier.

#ChacunSonMétier

Toutes les crises qu'on a connues ces dernières années ont fait place à de grandes remises en question. Que ce soit dans les domaines de la santé, de la mobilité ou de l'habitation, le futur a pris des allures de gigantesque point d'interrogation. Il faut dire que le Covid et les inondations ne nous ont pas épargnés. Mais ne dit-on pas que c'est dans la détresse qu'on voit sur qui on peut compter ? « Je crois que le déclic est devenu collectif et s'est intensifié durant les inondations. Les gens se sont dit : j'ai quelqu'un à mes côtés, et il va m'aider à obtenir la meilleure indemnisation possible et le plus rapidement possible. » constate Annie Courbet. En effet, trouver des solutions, conseiller, protéger et défendre : c'est son métier ! Bien plus que dans d'autres canaux de distribution canaux de distribution, le rôle du courtier va bien au-delà d'assurer tous les risques. Il rassure également son client. Et l'aide à faire

face à toutes situations dans les meilleures conditions.

À vos côtés

Parce que la valeur ajoutée d'un courtier n'est pas toujours claire dans les esprits, une étude s'est penchée sur la question « pourquoi allez-vous chez un courtier ? ». Sans surprise, la prise en charge « humaine » reste primordiale aux yeux des clients. « C'est un service personnalisé. Une personne qui me donne de l'import-

Trouver des solutions, conseiller, protéger et défendre : c'est son métier ! Mais le rôle du courtier va bien au-delà d'assurer tous les risques.

”

tance, qui me (re)connaît et qui fait tout pour moi. » entend-on souvent. « Le courtier est une personne de confiance. Et de proximité. Quand on observe le service financier - d'une manière générale - qui est de plus en plus automatisé et dépersonnalisé, le courtier garde un atout énorme ! » souligne notre interlocutrice. « D'un autre côté, on remarque que les gens cherchent aussi un courtier moderne et accessible, qui réagit rapidement. L'adaptation aux besoins et aux comportements du client est donc un point sur



Ma

lequel nous travaillons activement. Aujourd'hui, on parle de phygital, qui allie la relation physique et digitale. C'est-à-dire qu'on privilégie la souplesse avec le client. Du rendez-vous dans ses bureaux, ou même à domicile, aux entretiens téléphonique ou vidéo, en passant par des web apps (comme MyBroker.be) ou des outils pour remplir des formulaires, signer des contrats ou



PORTRAIT

Après un diplôme en Economie à l'UCL de Mons, Annie Courbet évolue d'abord dans le secteur bancaire et ensuite dans les assurances. Depuis 2017, elle est Managing & Marketing Director de

Brocom, une plateforme de marketing qui réunit 2300 courtiers, 2 fédérations de courtage et 17 compagnies d'assurances afin de promouvoir et consolider leur position sur le marché.

votre meilleure assurance ?

pension change.

 **Je checke avec
mon courtier :
il assure mon futur.**



Suivez nos conseils
via notre podcast

courtierenassurances.be



Votre Courtier
Votre meilleure
Assurance

Le conseil de votre courtier est compris dans son service, il ne vous coûte rien de plus.

« Être assuré », c'est bien.

« Être bien assuré », c'est mieux !

Annie Courbet
Managing & Marketing
Director de Brocom



déclarer un sinistre online... Vous avez l'embarras du choix ! Ceci afin de répondre aux nouvelles habitudes sans négliger les automatismes de la génération Z. »

À tout problème, une solution

Parmi les avantages d'avoir un courtier à ses côtés, il y a aussi bien sûr son expertise. Et le fait qu'il soit « multi-marques ». En effet, collaborer avec plusieurs compagnies d'assurances permet d'avoir des offres beaucoup plus diversifiées et plus larges, y compris dans des domaines de niche comme la protection juridique. « Enfin, comme il vous connaît bien (ainsi que votre situation familiale et/ou professionnelle), il pourra vous orienter dans votre

mobilité (quand vous changerez de moyen de transport, par exemple) ou vous informer sur les dernières législations en matière de pension. » En plus de l'aspect relationnel, le courtier propose une gamme élargie de produits en s'entourant de spécialistes. « C'est pour ça qu'on dit « Votre Courtier : votre Meilleure assurance ! ». Parce qu'il fait une compilation du meilleur. » s'enthousiasme Annie. D'autant plus qu'il ne faut pas oublier que l'assurance est parfois complexe, avec beaucoup de couvertures différentes et de finalités possibles. Pour ne pas s'y perdre, un guide est toujours le bienvenu, non ?

Magali DUQUÉ

Les compagnies partenaires et les fédérations soutiennent le courtage pour assurer aux clients une diversité de l'offre, un service de qualité, une efficacité de gestion, une rapidité de réponse et une plus grande accessibilité digitale

Birgit Hannes,
Présidente de Brocom.



COMMENT TROUVER LE BON COURTIER ?

Pour le reconnaître, il y a le fameux logo qui fédère ce réseau d'indépendants : le "V" bleu qui les identifie sur toute la communication (brochures, affichages, réseaux sociaux) et dans les campagnes télé (ou radio). La porte de leurs bureaux est toujours ouverte ! Mais le chemin le plus court, c'est www.courtierenassurances.be. Ce moteur de recherche (par code postal ou nom du courtier) vous facilite la vie en vous redirigeant directement sur une page dédiée (avec une description d'activités, les coordonnées...)

A la recherche de nouveaux

Proactivité, expertise, force de négociation, communication, empathie, disponibilité, adaptabilité... sont autant de qualités qui rendent les courtiers indispensables.

Le courtage est le canal de distribution de produits d'assurances préférés des Belges. Et cela ne date pas d'hier... La récente étude Assuralia met en évidence des parts de marché stables, et même en légère augmentation. Plus qu'une tendance, c'est une évidence. « Les chiffres confirment qu'on assiste à une relation durable, axée sur la confiance mutuelle qui naît entre un courtier et l'assuré. Ce qui n'est pas le cas des autres canaux de distribution qui travaille davantage sur des opportunités. » explique Patrick Cauwert. Mais, derrière cette fidélisation, ne doit pas aussi voir une



Marie Kentros, Communication Manager © CLAUDIO CENTONZE

reconnaissance? « C'est un métier qui a du sens! » relève Marie Kentros. « Avec beaucoup de diversité et de débouchés », ajoute-t-elle. Et de grandes perspectives d'évolution, tant au niveau de sa carrière que des législations.

Faire la loi
À plus grande échelle, en tant que porte-parole des courtiers, Patrick Cauwert se bat pour que les législations soient plus en phase avec la réalité. « Il y a des législations qu'on doit suivre, et d'autres

« Un des grands enjeux de demain, c'est la mutualisation des risques! »

”

auxquelles on doit s'adapter. Tout comme il y a les risques majeurs et les risques systémiques. Les catnat (ou catastrophes naturelles), le terrorisme et la cyber, nous obligent à trouver une nouvelle manière de faire de l'assurance qui allie l'assureur traditionnel, les réassureurs et l'État, pour couvrir les risques majeurs auxquels on ne peut pas faire face seul. Il faut alors trouver des mécanismes qui mettent la solidarité de l'État en résiduel et pour que la partie « de base » soit absorbée par les assureurs et les réassureurs. Nous avons actuellement une législation sur le terrorisme qui est en voie d'aboutir. Il y a éga-



lement des avancées en matière de catnat pour ne pas revivre la panique générale liée aux inondations de 2021. » Et, si la cyber n'est pas encore incluse dans le package, Patrick Cauwert la voit aussi comme un risque majeur, « puisque si la sécurité d'une entreprise est tout à fait assurable, le jour où tout internet est piraté ou que le monde digital s'écroule, on touche tous les citoyens et toutes les entreprises », surenchérit-il. Toutefois, s'adapter n'est pas toujours suffisant. Il faut aussi pouvoir évoluer ou s'opposer. Comme, par exemple, avec les dossiers d'offres conjointes que les courtiers appellent « abus de position » des banques. « On se retrouve parfois confrontés à des consommateurs pris en



talents



© SHUTTERSTOCK

otage au niveau de leurs assurances parce qu'ils ont un crédit! C'est une situation que nous voulons absolument voir évoluer en interdisant ce type de pratique qui va à l'encontre des droits et de la liberté des citoyens.» conclut-il. Envie de rejoindre sa cause? Que vous soyez déjà du métier ou que vous rêviez d'une carrière qui a du sens, vous êtes personnellement invité au Congrès Feprabel et à son Job Day qui se tiendra le 22 avril.

Magali DUQUÉ

www.congresfeprabel.be/2023



Patrick Cauwert, CEO de Feprabel © CLAUDIO CENTONZE

PORTRAIT

Actif depuis 1984 en tant que courtier, Patrick Cauwert a rejoint Feprabel en 1998 en tant que secrétaire général avant de devenir CEO en 2008. Fédération des Courtiers en Assurances & Intermédiaires Financiers de Belgique, Feprabel se tient aux côtés de ses membres depuis 1937, pour les soutenir, les informer, les représenter et les défendre dans le cadre de leurs activités professionnelles.

FEPRABEL

Fédération des Courtiers en assurances
& Intermédiaires Financiers de Belgique

Quand digitalisation rime avec optimisation et personnalisation !

Pour augmenter l'efficacité digitale de son bureau de courtage, des solutions existent...

Avec différents outils (Portima Connect, Brio ou encore MyBroker), l'entreprise belge Portima se positionne comme le partenaire des



Tine Slegers
Product Owner MyBroker chez Portima © D.R.

courtiers et des compagnies d'assurances. « Nous faisons vraiment le lien entre les courtiers et les compagnies d'assurances mais aussi entre les courtiers et les clients, en leur offrant des outils permettant une communication sécurisée qui les aide aussi à développer l'efficacité digitale de leur bureau et à gagner du temps », explique Tine Slegers, Product Owner MyBroker chez Portima.

Il est important de combiner conseil personnalisé et outil digital



« Nous proposons différents produits : Brio va permettre au courtier d'avoir une vision de son portefeuille clients, de ses contrats et de ses sinistres alors que MyBroker va proposer un outil de communication entre les courtiers et les clients. Ce sont vraiment des outils complémentaires qui permettent de combiner le conseil personnalisé du courtier avec les outils digitaux. Ils aident à garder la confiance du client et le contact humain.

Si un client a une question concernant son dossier d'assurances, il peut trouver la réponse dans MyBroker -24/24, 7/7- et, si ce n'est pas le cas, il pourra directement envoyer un message à son courtier. Ces outils offrent également au courtier la possibilité d'être plus



© SHUTTERSTOCK

productif, grâce à un travail facilité au day-to-day, et d'assurer sa conformité légale », poursuit-elle. Ces outils sont mis à jour très régulièrement pour les rendre encore plus performants. Un bon exemple est l'arrivée de la signature digitale dans MyBroker qui œuvre à se rapprocher

encore plus des particuliers mais également des indépendants et des PME.

Laurence Briquet

Plus d'infos :
www.portima.com



Tout savoir sur Insurance Academy

Vous êtes courtier, avocat, risk manager, étudiant ou simplement intéressé par ce secteur qui recrute activement, mais vous manquez de temps pour vous (in)former ? Insurance Academy est faite pour vous !

Pourquoi s'en priver ?

La formation continue est dans l'air du temps. Et c'est même une obligation dans de nombreux secteurs, comme le nôtre. Mais qui parvient à se dégager des journées entières pour assister à des formations en présentiel ?

Née de l'ambition d'offrir des alternatives gratuites au plus grand nombre via le soutien d'acteurs impor-

tants du secteur comme Aedes, Allianz, AXA et Monceau Assurances, la plateforme en ligne Insurance Academy propose des cours de qualité, encapsulés dans des vidéos de 15 minutes.

Se former en gardant sa flexibilité

À la fois innovante et pertinente, cette nouvelle forme

d'apprentissage présente plusieurs grands avantages. À commencer par le fait qu'elle est en libre accès 24/24 et 7/7. « On l'utilise comme on regarderait Netflix ! » s'enthousiasme Eric Vanhalle, CEO adjoint de Feprabel. D'autant plus que le contenu est aussi ludique et convivial, que didactique. En effet, Insurance Academy a imaginé



des modules extrêmement pointus animés par les meilleurs professeurs et experts, sur un ensemble de thématiques liées aux métiers de l'assurance. « Actuellement, on compte déjà 76 formations et 3.000 inscrits, dont 2.000 assidus. » révèle Geoffrey Dormal, Key Account Manager. Les aspects fiscaux du 3ème pilier, les droits des victimes, le processus d'indemnisation du dommage corporel, le RGPD, la clause joyriding, les réseaux sociaux, etc.

n'auront plus aucun secret pour vous ! D'ailleurs, le quiz qui clôture chaque formation viendra le confirmer. Avec, à la clé, une certification accompagnée de points FSMA ou d'un organisme d'enseignement à distance. Bref, aujourd'hui, vous en savez plus qu'hier... et moins que demain.

Magali DUQUÉ

En quête de perfectionnement ou de nouvelles compétences ? Inscrivez-vous maintenant sur : www.insuranceacademy.be



Geoffrey Dormal,
Key Account Manager

Ces formations gratuites sont accessibles partout et à votre rythme.



Eric Vanhalle,
CEO adjoint de Feprabel

Construire une pension complémentaire

Chez Vivium, on a choisi de se spécialiser dans le quatrième pilier, un choix stratégique pour lequel le secteur du courtage a un rôle important à jouer.

Pour s'assurer une pension digne de ce nom, le Belge a plusieurs possibilités. Il y a notamment les fameux 4 piliers. Pour rappel, le premier pilier concerne la pension légale payée par l'État. Le second est lié aux assurances-groupes des employeurs et à la PLCI des indépendants tandis que le troisième concerne l'épargne pension et l'épargne à long terme que le client peut se créer au fil du temps, avec un avantage fiscal. Puis, arrive le quatrième pilier qui n'est pas lié à un avantage fiscal et qui concerne l'épargne, les placements et les investissements que l'on peut faire, de nouveau en prévision d'une retraite à l'abri du besoin.

« Dans ce quatrième pilier, les courtiers sont en concurrence avec les banques qui proposent le même genre de produits », explique Jeroen Spinoy, business development Life et Assurance-groupe chez Vivium, une marque du groupe P&V (plus d'un million de clients). « Sans compter qu'il y a pas mal de pression du monde politique pour moins stimuler les autres piliers. Nous



© D.R.

avons donc fait le choix stratégique, depuis un peu plus d'un an, de nous développer dans le quatrième pilier », ajoute-t-il.

Dans cette stratégie, Vivium inclut évidemment le monde du courtage. « Le quatrième pilier est vraiment quelque chose de nécessaire pour construire une pension complémentaire. En ça, il est une belle opportunité pour les courtiers qui sont nos partenaires de longue date sur les autres piliers. C'est, quelque part, une continuité de leur business model à travers une nouvelle

gamme de produits », poursuit Véronique D'haese, directrice commerciale de Vivium. « Les clients ont besoin d'une pension complémentaire et le courtier a des solutions pour ses clients en vue de construire cette pension mais aussi de protéger la famille contre les risques (maladie, décès, catastrophe financière...) », note-t-elle.

Apport de valeur ajoutée

Chez Vivium, cette offre sur le quatrième pilier prend la forme d'une combinaison (combi) entre des produits de la branche 21 (avec des

taux garantis et une participation aux bénéficiaires) et de la branche 23 (avec des fonds dont le rendement est lié à des fonds qui évoluent en fonction du marché). La compagnie lance également un nouveau produit, Vivium Selection, un contrat d'assurance sans garantie de capital ni de rendement dont le rendement est lié à un fonds d'assurance interne branche 23 personnalisé. Il s'adresse plutôt aux investisseurs qui cherchent un rendement élevé et qui sont prêts à prendre le risque correspondant.

Ajoutons à cela le rôle que Vivium peut jouer aux côtés des courtiers en matière de digitalisation. « Notre portail clients, My Vivium, permet aux clients de consulter ses contrats en ligne mais aussi de voir la valeur de son contrat, ce qui est aussi un « plus » pour le courtier qui, par son conseil, va pouvoir apporter de la valeur ajoutée », poursuit Jeroen Spinoy. « Via nos account managers et nos experts, nous offrons un encadrement pour les courtiers pour les soutenir dans le lancement de la gamme et par rapport à certains clients qui ont un haut potentiel d'investissement », conclut-il.

Laurence BRIQUET

www.vivium.be



Véronique D'haese,
Directrice commerciale de Vivium

© DR

Le quatrième pilier est vraiment quelque chose de nécessaire pour construire une pension complémentaire.

”



Jeroen Spinoy,
Business development Life et
Assurance-groupe chez Vivium © DR

Le courtier, par son conseil, va pouvoir apporter de la valeur ajoutée »

”


VIVIUM

Les courtiers à la rencontre des nouveautés technologiques

Les Vivium Digital Awards font se rencontrer les courtiers avec les nouvelles solutions technologiques des start-ups qui vont les aider à entrer de plein pied dans la transformation digitale.

La digitalisation est en marche et c'est évidemment le cas dans le monde des assurances. Pour permettre aux courtiers d'être au fait des nouveautés, il existe, depuis 5 ans et 4 éditions, les Vivium Digital Awards. « Il s'agit d'un événement interactif, sous la forme de tables rondes, qui a pour vocation de partager avec le monde du courtage les nouveautés en matière d'assurtech, à savoir des solutions technologiques qui émanent de start-ups et qui sont destinées aux courtiers », explique Steve Goossens, Directeur Digital & Data Office chez Vivium qui organise l'événement. « Souvent, ces produits sont inconnus des courtiers et il est donc utile d'expliquer



© D.R.

comment le marché se structure et qu'il existe des solutions différentes pour divers domaines des assurances (pensions, non vie...) afin de faciliter le contact avec le client », poursuit-il.

La vocation de l'événement est donc de sensibiliser le courtage aux technologies qui pourraient les aider. « On voit la montée de l'intelligence artificielle. C'est un sujet qui n'est pas évident à comprendre. Trop souvent, les assurtechs et les courtiers ne se com-

prennent pas car ils ne parlent pas le même langage. C'est donc tout l'intérêt d'un événement comme celui-ci pour encourager l'interaction ».

Accompagner le changement

Organisé en mars dernier pour cette édition 2023, il a réuni plus de 700 courtiers et une quarantaine d'assurtechs. Après la session plénière, les courtiers peuvent assister à des workshops sur les thématiques

qui leur tiennent à cœur.

Ce fut aussi l'occasion de mettre en lumière plusieurs constats. « Cette quatrième édition est devenue la plus grande place de rencontre en Belgique. C'est, pour moi, un rêve devenu réalité. On constate aussi qu'une grande vague de technologies arrive dans les bureaux de courtage, notamment pour améliorer la productivité, mais qu'il faut accompagner le changement sur le terrain. Un gros avantage de la formule, c'est aussi

que les courtiers peuvent toujours tester une solution avant d'investir dedans. Cette année, les retours des courtiers ont vraiment évolué. On a fait un grand pas en avant, notamment en donnant davantage la parole aux courtiers en leur disant « Vous avez une problématique ? Vous n'êtes pas seul ni le premier », nous faisons rencontrer des assurtechs et courtiers pour trouver de nouvelles façons de servir leurs clients. Il n'y a pas un client ni un courtier mais plutôt beaucoup d'espace pour l'ADN des courtiers. C'est important de reconnaître que la relation entre le courtier et le client est basée sur la confiance et sur la relation plutôt que sur la transactionnel. Les assurtechs ont compris cela, tout comme le fait qu'il faut de l'empathie et une bonne compréhension du mode de fonctionnement du courtier », ajoute Steve Goossens.

Notons que le prix du courtier 2023, remis à l'occasion des Vivium Digital Awards, est allé, pour la deuxième fois, à e-GOR.

L.B.

www.viviumdigitalawards.be


© D.R.

Nous faisons rencontrer des assurtechs et courtiers pour trouver de nouvelles façons de servir leurs clients.

”



Steve Goossens,
Directeur Digital & Data Office
chez Vivium © DR



**VIVIUM
DIGITAL
AWARDS**

« La compréhension des besoins du client a conduit à la création d'écosystèmes »

Dans un monde en perpétuel changement, les compagnies d'assurances doivent chercher à faire la différence et à rassurer le consommateur...

Premier assureur belge en ce qui concerne le marché de l'assurance Vie et Non vie, AG se veut, comme le confirme son slogan : « supporter de votre vie ». Et ça passe évidemment par les nouveaux besoins de protection auxquels les Belges sont amenés à trouver des solutions.

Prenons les voitures électriques. Si l'électrification du parc automobile, dans le cadre d'une mobilité durable, est en marche, elle s'accompagne de nombreuses incertitudes.

Aujourd'hui, le consommateur qui envisage l'achat d'une voiture hybride ou électrique est confronté à bon nombre de questions et de doutes en raison du marché en rapide évolution et des nouvelles réglementations. Il y a des incertitudes à propos de l'installation d'une borne de recharge privée et des risques d'incendie, la crainte d'un manque de bornes de recharges pu-



© GETTY IMAGES/MASKOT

bliques et le stress quant à l'autonomie des voitures électriques...

Innovater

« C'est ce qui nous a motivé à innover et à développer tout un écosystème autour de la mobilité... », explique Bertrand Roosen, directeur marketing produits « dommages », chez AG. « Au moyen d'un pack global, avec nos partenaires en mobilité Touring, Optimile et SoSimply, AG Insurance a développé une offre de garanties et services spécifiques pour ceux qui

achètent une voiture hybride ou électrique tout en éliminant un maximum d'obstacles et en accélérant la transition vers une mobilité durable », ajoute-t-il.

Dans ce contexte, depuis un peu plus d'un an, les acquéreurs de véhicules hybrides ou électriques peuvent conclure leur assurance auto chez AG avec un tarif très compétitif et des garanties et avantages spécifiques auxquels AG a ajouté un éventail de services qui répondent aux principales préoccupations des propriétaires de ce type de véhi-

cules. On pense également à l'accès à l'un des plus grands réseaux de bornes de recharge publiques en Europe via Optimile, à l'installation et l'inspection de leur propre borne de recharge intelligente par la filiale SoSimply ou encore à la recharge rapide de batteries vides pour les clients qui se retrouvent sans courant alors qu'ils sont sur la route, via Touring.

Un acteur local et régional

Dans un autre registre, AG propose aussi un écosystème « leasing » (Go4Lease)

qui offre une solution bien plus large que le simple financement du leasing et cela, en partenariat avec Arval, la plus grande société de leasing du pays.

Ce nouveau concept innovant 'Go4Lease' est proposé en exclusivité à travers les conseils de nos courtiers partenaires.

Tout ça est évidemment étroitement lié au travail, en amont, des courtiers. « Le courtage est très présent dans notre pays pour son degré de compétence, la pertinence de son conseil mais aussi pour son indépendance et le fait qu'il ait la confiance du client », poursuit Frédéric Van Dieren, directeur commercial. « Il est un acteur local et régional.

La proximité du client a une vraie valeur ». En ça, le courtier peut évidemment compter sur le soutien de AG.

« Nous veillons à ce que les courtiers aient tous les atouts pour entretenir et développer leur activité. Ça passe par un service de qualité. Lors d'un sinistre, ce que le courtier et le client demandent, c'est que tout se déroule dans les meilleures conditions pour avoir un règlement correct et rapide.

Nous nous engageons aussi à développer les compétences des courtiers et de leurs collaborateurs à travers de nombreuses formations. Nous conservons énormément d'ambition pour le courtier qui reste le premier partenaire des compagnies d'assurances et des clients », conclut Frédéric Van Dieren.

Laurence BRIQUET

www.aginsurance.be



Bertrand Roosen,
Directeur marketing produits
« dommages ». © DR

C'est ce qui nous a motivé à innover et à développer tout un écosystème autour de la mobilité.

”



Frédéric Van Dieren,
Directeur commercial. © DR

Le courtier est un acteur local et régional. La proximité du client a une vraie valeur.

”



Le digital au service des courtiers et au cœur du parcours client

La digitalisation est en route et elle touche inmanquablement le secteur des assurances, notamment pour faciliter le travail des courtiers mais aussi le parcours client...

Chez Allianz, leader mondial de l'assurance et des services financiers, on a choisi, depuis longtemps, de miser sur les outils digitaux qui rendent l'accès aux produits plus facile, tant du côté du client que du courtier. La compagnie collabore avec un bon millier de courtiers à travers le pays. « Notre philosophie en matière d'outils digitaux est vraiment de faciliter la vie et le travail des courtiers, tant dans leur relation avec Allianz qu'avec leur client final », explique Birgit Hannes, Directrice commerciale – Head of Sales & Distribution Belgium. « Ces outils sont là pour, d'une part, rendre le travail du courtier plus efficace, mais aussi pour donner des informations au client qui ira ensuite vers son courtier, et ce dans tous les étapes du parcours client », poursuit Martijn Hassink, Head of underwriting & policy management Non-Life and life retail Belgium.



© SHUTTERSTOCK

Le parcours client

Si on considère le parcours client sur une ligne du temps allant de la prévente d'un contrat à son éventuelle fin, on verra que le digital est présent dès le premier contact via le web. « Le client qui arrive sur notre site a souvent des questions relatives aux assurances et peut y trouver des réponses avant d'aller vers un courtier pour approfondir les réponses. Pour un individu, il peut s'agir des recherches sur nos tarifs par exemple ; un indépendant ou PME peut trou-

ver de l'information sur ses besoins en assurances via le Risk and Insurance Scan qui, via un court questionnaire, le renseigne sur où il en est en matière d'assurances dites obligatoires, recommandées et rassurantes », poursuit Martijn Hassink. « Un portefeuille de placements peut également être analysé ensemble avec le courtier pour, notamment, vérifier qu'il est adapté au profil risk du client », ajoute Paul Bonroy, Head of Technical Life Individual Belgium & Netherlands.

Vision globale

Pour Allianz, il est évidemment indispensable d'assurer ce premier contact avec le client et le courtier à travers une approche digitale. « Ces outils donnent une vision objective de ce qui existe sur le marché et aident le courtier à conseiller le client au mieux. De plus en plus de clients cherchent une première information sur le web et il est donc important que nous y soyons présents », complète Birgit Hannes. Une fois passée l'étape de la prévente, le client et le

courtier se retrouveront pour la conclusion du contrat, une étape qui, elle aussi, s'est digitalisée, notamment avec des outils de gestions tant en assurance vie que non-vie (où les contrats des clients peuvent être créés et modifiés, le cas échéant). Pour ce qui est du suivi des dossiers, Portima fait la liaison entre les outils de gestion des courtiers et ceux d'Allianz. Via My Allianz Broker, le portail dédié aux courtiers, celui-ci est en mesure d'avoir une vision globale de ses clients et de leurs contrats.

Enfin, les sinistres ont aussi droit à leurs outils en ligne tant pour les courtiers que pour les victimes (notamment pour les déclarations), tout comme les paiements et fins de contrats. « On pense, par exemple, aux pensions complémentaires pour lesquelles les employés peuvent, à tout moment, voir où ils en sont », note Birgit Hannes. Et ça ne va pas s'arrêter en si bon chemin. « Tant les courtiers que les clients sont demandeurs de solutions efficaces qui rendent la vie plus facile », conclut Paul Bonroy.

Laurence BRIQUET

www.allianz.be



Martijn Hassink,
Head of underwriting & policy management Non-Life and life retail

Birgit Hannes,
Directrice commerciale – Head of Sales & Distribution

© DR.

La philosophie d'Allianz en matière d'outils digitaux est vraiment de faciliter la vie et le travail des courtiers, tant dans leur relation avec Allianz qu'avec leur client final.

”



Paul Bonroy,
Head of Technical Life Individual

© DR.

Un portefeuille de placements peut également être analysé ensemble avec le courtier pour, notamment, vérifier qu'il est adapté au profil risk du client.

”

Allianz 

« Le courtier joue un rôle économique et sociétal essentiel »

Dans un monde fait de nombreux changements (climatiques, digitaux...), le courtier a un rôle primordial à jouer dans le secteur des assurances. D'autant que l'interaction digitale avec le client est, plus que jamais, au cœur des préoccupations des compagnies.

AXA Belgium, qui figure parmi les leaders du marché belge de l'assurance, entretient une relation particulièrement privilégiée avec les courtiers. « S'il arrive que le client souscrive un contrat chez AXA par le biais de son site web, il sera toujours invité à choisir un courtier car, pour nous, il a un rôle économique et sociétal majeur à jouer », explique Serge Martin, directeur commercial d'AXA Belgium. « Les produits d'assurance sont parfois complexes et le courtier est là pour conseiller et aider à don-



© SHUTTERSTOCK

ner confiance au client. Il a une excellente connaissance du marché mais aussi beaucoup de réactivité et de proximité. Le client, lui, ce qu'il veut, c'est être bien couvert, être aidé en cas de problème et bien dédommagé le cas échéant. Il veut pouvoir dormir sur ses deux oreilles. Il a besoin de sérénité, de sur-mesure, de confiance et de simplicité. Il y a donc, de notre part, un réel engagement pour soutenir les courtiers. C'est un choix délibéré de travailler avec

eux. Ils apportent clairement une valeur ajoutée pour nos clients. Nous les aidons face aux changements, en les épaulant au maximum dans leurs interactions digitales avec le client ou encore avec un portefeuille complet de produits de qualité ».

Impact climatique

En ce qui concerne les mutations auxquelles le monde est confronté, c'est évidemment là qu'une compagnie comme AXA peut faire la différence. « En tant qu'employeur, nous incitons les membres de notre personnel à réfléchir à l'impact climatique, notamment au travers de formations. Nous devons penser comment modifier nos comportements, comment investir dans des bâtiments plus neutres ou des flottes de véhicules plus vertes. Ça passe aussi par des produits plus « verts » et plus « durables ».

Par ailleurs, nous avons fait suivre à l'ensemble de nos 3000 collaborateurs la formation « Climate Academy ». Nos propres employés ont ainsi reçu les dernières informations

scientifiques sur le changement climatique et sur le rôle que nous pouvons jouer pour le contrer ! Et nous allons encore plus loin ! Avec l'association GoodPlanet, nous allons également proposer cette formation à plus de 200 classes d'écoles secondaires. AXA joue ainsi très concrètement son rôle social dans la lutte contre le changement climatique !

Interaction digitale

La différence peut aussi venir de la digitalisation. AXA n'a-t-elle pas été élue assureur le plus digital du marché belge et « best in class » dans le parcours client, notamment sur l'assurance Auto et Hospitalisation ?

« Nous devons vraiment aller chercher l'interac-

tion digitale avec le client et le courtier. Nous avons, par exemple, été les premiers à proposer, grâce à un court questionnaire en ligne, un scan des besoins en couvertures d'assurance pour les indépendants et des TPE. AXA doit continuer d'impacter positivement le quotidien de ses clients et de ses courtiers en développant des services digitaux à forte valeur ajoutée.

Nous souhaitons aller au-delà de l'assurance classique et proposer des solutions tantôt digitales, tantôt humaines, tantôt hybrides en fonction des besoins. A ce titre, nous avons, par exemple aussi, démarré des téléconsultations médicales et psychologiques via smartphone, possibles 7 jours sur 7 et 24h sur 24 dans les 30 minutes pour une première analyse. Nous sommes assureurs mais nous avons tout un écosystème autour de nous ».

Et l'avenir ? « Il faut rester vigilants à ce qu'il se passe. On pense notamment à l'inclusivité. Il existe des écarts au sein de la population avec des personnes plus vulnérables. Nous pensons à certains retraités ou aux familles monoparentales. Pour eux, c'est important d'être bien couvert et que ça reste payable. Nous sommes très attentif à cela », conclut Serge Martin.

L.B.

www.axa.be



Serge Martin,
Directeur commercial d'AXA
Belgium.

”

S'il arrive que le client souscrive un contrat chez AXA par le biais de son site web, il sera toujours invité à choisir un courtier car, pour nous, il a un rôle économique et sociétal majeurs à jouer.



Un rôle à jouer

Comme d'autres entreprises dans le secteur de l'assurance, Baloise cherche à recruter divers profils en vue d'assurer la relève après des départs à la pension d'ici les 5 à 10 ans à venir. Un gros défi dans un contexte de digitalisation croissante...

En Belgique, l'assureur Baloise (qui appartient au groupe suisse Baloise) figure dans le top 4 des assureurs dans le segment « Non Vie ». Baloise offre une large gamme de produits d'assurances par le canal des courtiers. « Notre



© D.R.

clientèle reflète la diversité de la population du pays. Nous sommes très fiers de proposer des solutions pour les particuliers mais aussi pour les PME et les indépendants. Ils sont le moteur économique de la Belgique », explique Christophe Hamal, CEO de Baloise en Belgique.

Le courtier est un canal de distribution privilégié pour Baloise. « Le courtage est

très fort dans notre pays et il continue de grandir. C'est un réseau de conseils pour ses clientes et clients. Le courtier noue une relation de confiance élevée avec les personnes assurées. Le rôle du courtier comme expert indépendant au service de sa clientèle est essentiel. Le courtier, c'est également un centre d'expertise et d'analyse précieux pour notre clientèle. Les courtiers sont des entrepreneurs et des entrepreneurs motivés qui utilisent leurs connaissances techniques poussées pour guider la personne qui veut assurer un risque. », poursuit le CEO, ajoutant que Baloise cultive, elle aussi, cette culture entrepreneuriale « qui lui va très bien ».

Fluidifier les processus

La digitalisation est évidemment un enjeu pour les années à venir. « Nous avons une position très ouverte, humaine et à l'écoute des courtiers. Leur métier demande beaucoup d'expertise, de communication et d'administration. Aujourd'hui, la part de leur temps consacrée à des tâches administratives est trop élevée. La digitalisation permet d'optimiser certains processus. Nous avons, par exemple, la plateforme MyBaloise qui relie les interfaces de gestion des courtiers à nos systèmes. Il y a des outils qu'on peut encore améliorer. L'enjeu est là, il faut davantage fluidifier les processus d'interaction entre

le courtier et Baloise. Le digital va aider le courtier à libérer du temps pour se concentrer davantage sur sa mission première de conseil et d'accompagnement ».

Engagements environnementaux

Parallèlement à ça, l'entreprise, comme d'autres, doit faire face au remplacement, d'ici 5 à 10 ans, de nombreux experts en assurance, atteints par la limite d'âge. « C'est évidemment compliqué de recruter certains profils, notamment ceux avec des connaissances techniques en assurances ou encore ceux calés en technologies. Nous devons tout faire pour créer une culture d'entreprise attirante pour les nouveaux talents. Nous misons pour cela sur notre culture d'entreprise unique. Nos engagements sociétaux et environnementaux en font partie. Les conséquences du changement climatique qui sont en augmentation ou la valeur des pensions avec les budgets de l'État sous tension sont de vrais défis pour la Belgique. Ces défis sont au cœur de notre métier. On a ce regard à très long terme, nous avons un horizon à 30 ans. On voit les défis et on cherche des solutions. Tout comme nos courtiers, nous avons vraiment un rôle à jouer. Être au cœur des grandes évolutions de la société, c'est motivant », conclut Christophe Hamal.

Laurence BRIQUET

www.baloise.be



Christophe Hamal
CEO de Baloise en Belgique
© D.R.

Être au cœur des grandes évolutions de la société, c'est passionnant.

”

Votre courtier et Baloise
assurent ce qui vous inspire.



Baloise Belgium SA | Entreprise d'assurances agréée sous le n° de code BNB 0096 | Baloise est le nom commercial de Baloise Belgium SA | Siège: City Link, Posthofbrug 16, 2600 Antwerpen, Belgique | TVA BE 0400.048.883 | RPM Antwerpen, division Antwerpen | Tél.: +32 3 247.21.11 | www.baloise.be

NN Insurance Belgium : mettre l'assurance-vie au service de ses clients avec passion

Dans des matières aussi complexes que les assurances vie, NN est à l'écoute des besoins de ses clients et de ses courtiers.

« Do things with passion or not at all ». Voici la devise que Heidi Cortois, Chief Commercial Officer chez NN Insurance Belgium, applique dans le développement commercial de son entreprise. Heidi Cortois est responsable des aspects commerciaux et opérationnels de la distribution par les courtiers aux particuliers, aux clients indépendants et aux grandes entreprises.

La mission de NN est de permettre à tous les Belges de bénéficier d'une vie longue et heureuse, grâce à ses solutions d'assurance-vie. « Nous sommes aux côtés de nos clients dans toutes les étapes de leur vie, de la protection de leurs proches à la constitution de leur pension, par exemple », explique Heidi Cortois. « Notre public est assez équilibré, entre particuliers, indépendants et entreprises. Le statut professionnel de nos clients change également plus souvent qu'avant,



et nous devons tenir compte de cette évolution ».

Une évolution qui se manifeste à plusieurs niveaux. Heidi Cortois a la particularité d'exercer son métier de CCO dans un monde très masculin. « Être une femme dans le monde financier n'a pas toujours été facile pour moi, tant sur le plan privé que professionnel. J'étais souvent la seule femme à mon niveau et j'ai dû faire mes preuves plus d'une fois. Pas tellement en terme de connaissances, mais plutôt

en montrant une disponibilité presque continue et un caractère fort. Même si ça n'a pas toujours été facile dans ma carrière, aujourd'hui, je ne ressens plus de difficultés avec ma fonction actuelle. Les temps changent », conclut-elle en souriant.

De A à Z

NN Insurance Belgium travaille en étroite collaboration avec ses partenaires commerciaux, les courtiers et les banques, dans l'intérêt du client. Le courtage est d'ailleurs le canal de distribution le plus important pour l'assurance-vie (décès et épargne) en Belgique : « Nos produits sont très spécialisés et peu de personnes connaissent vraiment toute la matière "pension" sur le bout des doigts. Il faut reconnaître que la législation change régulièrement, comme ce fut encore le cas récemment avec la règle des 80 % en matière de pension. C'est là tout l'intérêt du travail de conseil du courtier. Le secteur du courtage se développe constamment et, il joue un rôle sociétal : l'assurance-vie exige de plus en plus une vision globale et à long terme, qui tienne compte des besoins du client, aujourd'hui et dans le futur. Qui est mieux placé

qu'un courtier pour avoir cette vue ? »

« Le courtier a l'avantage d'être proche du terrain et du client et il peut capter l'information du marché, ce qui nous permet d'adapter nos produits en fonction de leurs retours », ajoute Heidi Cortois. « Ainsi, nous avons été les premiers à nous concentrer sur la branche 23, une solution contre les risques d'inflation. Par ailleurs, nous formons les courtiers pour du conseil sur mesure. Nous adaptons notre offre de manière continue et en étroite collaboration avec nos partenaires courtiers. Nous avons par exemple lancé récemment des services de prévention en complément avec les services d'intégration. Parce que nos clients peuvent connaître des moments de stress, comme lors de la crise sanitaire, nous avons mis en place des solutions pour nos clients indépendants. Nous avons lancé les NN Well-being Services, un soutien mental pour eux mais aussi pour leur famille. Nous sommes également en train

de promouvoir la nécessité de couvrir financièrement ses proches en cas de décès.

Enfin, nous adaptons notre offre du deuxième pilier pour employés (Employee Benefits) pour tenir compte de la réalité du terrain. Toutes ces solutions doivent faire partie d'une vue d'ensemble, et NN s'efforce d'y jouer un rôle de pionnier. Dans ce cadre, un service fortement apprécié est notre site "questions capitales" où nous mettons un point d'honneur à répondre au mieux aux questions du client à tout moment de sa vie, avec des exemples concrets et des outils de simulation, qu'il s'agisse d'épargne-retraite ou de planification de la succession. »

NN Group cherche à offrir un soutien maximal à ses courtiers, afin que les solutions proposées soient en phase avec les attentes de leurs clients. « Notre accompagnement des courtiers se traduit par une forte présence de nos équipes au sein du courtage (visite, séminaires), mais aussi par la digitalisation croissante de nos outils. Je donne l'exemple de l'app NN Connect qui permet d'avoir au client une vision actualisée du rendement de ses fonds ». La digitalisation permet également une rapidité de gestion des contrats, aide le client à mieux encoder ses données et facilite l'interaction entre le courtier et le client. Mais, in fine, le facteur humain est le plus important.

Face au besoin croissant des clients de garder une vue globale sur leurs besoins et de préparer leur futur, il y a fort à parier que la collaboration entre NN Insurance Belgium et les courtiers a de beaux jours devant elle.

Laurence BRIQUET

www.nn.be



Heidi Cortois,
Chief Commercial Officer NN

© D.R.

”

Le secteur du courtage se développe constamment, car il joue un rôle sociétal : l'assurance-vie exige de plus en plus une vision globale et à long terme, qui tienne compte des besoins du client, aujourd'hui et dans le futur.



NN

Se développer en Belgique et en Europe

Depuis 2018, Athora (ex-Generali Belgium) se focalise sur les assurances de la branche 21 (assurances - épargne avec un taux garanti) et de la branche 23 (assurances-placements liées à des fonds d'investissement).



Manu Roobaert. © D.R.

« Nous sommes des experts dans ce domaine et la croissance est importante pour nous. Nous espérons d'avantage nous développer en Belgique mais aussi en Europe », explique Manu Roobaert, directeur commercial chez Athora.

« Notre stratégie repose sur 2 axes clairs :

Le premier est d'apporter des solutions aux besoins et attentes de nos clients en termes de constitution de capital. Notre offre de produits comporte notamment en branche 23 une gamme

de 50 fonds gérés par 30 gestionnaires de fonds externes.

Le second est de fournir le meilleur service possible. Les outils digitaux et le support commercial pointus que nous offrons aux courtiers sont deux éléments-clés pour leur permettre de travailler efficacement et gérer leur relation avec

les clients de façon autonome. », ajoute-t-il.

L.B.

www.athora.com/be



Assureur à taille humaine

Aedes est un acteur atypique du monde de l'assurance



François Ronvaux. © D.R.

« Notre approche est différente, innovante, que ce soit au niveau de nos produits à la simplicité éprouvée ou de notre service qui est des plus efficaces, peut-être le plus rapide du marché. Chez Aedes, on traite votre demande dans les 48 heures et votre dossier sinistre est ouvert dans la demi-journée », déclare François Ronvaux, administrateur-délégué.

Les courtiers, canal exclusif de distribution des produits Aedes, sont au cœur de la réflexion de l'entreprise :

« Nous rencontrons fréquemment nos partenaires courtiers afin de bénéficier de leurs réflexions pour le développement de nos produits et de nos services. Notre taille nous le permet et je pense que notre force réside dans cette relation différente avec nos partenaires, une relation centrée sur l'humain et

le service », poursuit l'administrateur-délégué.

Aedes est une entreprise tournée vers le futur :

« Je pense que notre agilité nous assure une croissance pérenne grâce à une évolution digitale répondant aux défis de demain et à une diversification des produits qui élargira notre offre aux besoins du marché », explique François Ronvaux.

Aedes, un acteur engagé qui assume ses différences !

L.B.

www.aedessa.be



Partenaire particulier

Leader de l'assurance au Grand-Duché de Luxembourg, le Groupe Foyer s'est spécialisé dans l'assurance, la prévoyance et la gestion de patrimoine.

En Belgique, il propose une gamme de produits en assurances dommages (auto, incendie, RC familiale) pour particuliers et indépendants, par le seul canal des courtiers.

Expertise et proximité

« Nous n'avons effectivement qu'un seul canal de distribution, le courtier, que nous mettons en avant et que nous soutenons dans sa démarche et sa présence digitale. Il est vraiment un gage d'expertise et de proximité avec le client », explique Michel Somja, responsable commercial pour le marché belge chez Foyer. « En tant que compagnie challenger, Foyer souhaite leur apporter des offres différenciantes pour répondre aux besoins de leurs clients ».



Michel Somja © D.R.

En s'appuyant sur Avise, son agence de souscription, Foyer a également pu se positionner comme assureur de niche sur des risques plus pointus et cela, toujours avec le travail des courtiers en amont. « C'est évidemment important d'être bien épaulé quand on a des besoins d'assurance spécifiques, que l'on soit indépendant ou client particulier.

Et c'est ça aussi la plus-value du courtage », conclut Michel Somja.

L.B.

www.assurancesfoyer.be



Souscripteur Tous Risques

Créé il y a plus de 25 ans, IBIS Insurance exerce son activité sur le marché belge en tant que souscripteur mandaté agréé par la FSMA.

« Nous fonctionnons et faisons toutes les tâches comme une Compagnie d'Assurances (production, sinistres, comptabilité, commercial, marketing) et les risques sont portés et couverts par nos assureurs partenaires », explique Thierry Van der Straeten, administrateur-délégué et CEO.

IBIS Insurance est surtout spécialisée dans les produits de niche. « Nos produits phares sont des formules « Tous Risques sauf » (c'est-à-dire que tout est couvert sauf ce qui est exclu) pour les maisons et villas de standing, les immeubles à appartements (Trophées Decavi de l'Assurance), Tous Risques Chantiers, Tous Risques Electronique, Omnium camions-autobus-autocars, Grêle sur culture, Fine Art, Bris de Machines et aussi les risques industriels. »

Une caractéristique importante ? « Nous distribuons nos produits



Thierry Van der Straeten. © D.R.

exclusivement et uniquement via le canal des courtiers indépendants. Nous estimons que c'est le seul acteur et distributeur du marché de l'assurance qui est vraiment neutre. Un banquier-assureur et/ou un vendeur direct ne proposent que leurs propres produits tandis que le courtier a tous les assureurs du marché et tous leurs produits à sa disposition. Il peut alors comparer et analyser ce qui convient, au mieux, aux besoins de ses clients ».

Et la grande satisfaction des clients avec la relation IBIS Insurance - Courtiers est la preuve évidente de l'efficacité et du grand succès de ce duo gagnant.

L.B.

www.ibis-insurance.be



L'aide juridique, aussi simple que cela !

Travaillant exclusivement avec des courtiers, Legal Village, est la marque d'AXA Belgium pour ses assurances protection juridique.

Doté récemment d'un tout nouveau site internet permettant notamment la déclaration de litige en ligne, Legal Village est connu pour être l'assureur des particuliers mais pas que. « Nous offrons également des solutions pour les indépendants et les entrepreneurs avec des produits d'assurance protection juridique sur mesure, modulables et adaptés à leurs besoins spécifiques. », explique Tanguy Verkaeren, head of Product Innovation & Business Development chez Legal Village. L'entreprise leur propose même une série d'outils en ligne gratuits, qu'on soit ou pas client chez elle, notamment pour le



Tanguy Verkaeren. © DR.

recouvrement de dettes, un avis juridique ou la rédaction de contrats commerciaux professionnels.

« Pour la gestion des sinistres nous travaillons avec un bureau de règlement de sinistres indépendant, spécialisé dans la gestion de dossiers de protection juridique. Ce bureau, Legal Village SA, gère ses dossiers de manière autonome. » poursuit-il, rappelant que « plus de 75 % des sinistres qu'ils traitent sont gérés à l'amiable »

L.B.



www.legalvillage.be

« Nous sommes de plus en plus confrontés à des litiges »

Arces, une marque du groupe P&V, est spécialisée dans l'assurance de protection juridique et a reçu à plusieurs reprises le prix Decavi de la meilleure PJ Auto.



Harry Michel. © DR.

« Notre rôle d'assureur en protection juridique est vraiment d'aider nos assurés à faire valoir leurs droits et, si nécessaire, de les assister dans les rouages du monde judiciaire », constate Harry Michel, manager chez Arces. « Notre objectif, c'est d'assurer un service de grande qualité pour faire la différence sur le marché, en étant réactif et hyper professionnel. »

Aujourd'hui, il le reconnaît, le litige peut être partout. « Dans le monde moderne, on est de plus en plus souvent confrontés à des

litiges. On peut être victime d'un accident et avoir besoin de faire valoir ses droits. On peut aussi se retrouver au cœur d'un litige avec un fournisseur d'électricité, de GSM ou encore avec son propriétaire et ou locataire et désirer faire valoir ces mêmes droits ». Et là, c'est aussi tout le travail du courtier qui est mis en lumière. « La matière « protection juridique » n'est pas toujours simple à comprendre et le courtier reste un vrai conseiller. »

L.B.

www.arces.be



PROGRAMME *

Congrès Feprabel 21 avril 2023

08:30 | ACCUEIL

09:00 | SESSION D'INFORMATIONS #1

- **Feprabel** : « Contrôles FSMA : quels outils met Feprabel à votre disposition ? »
- **AG Insurance** : « La durabilité chez AG : un engagement sociétal »
- **Architas** : « L'obligataire : la quête du trésor perdu »
- **Sogelife** : « Les atouts de l'assurance-vie luxembourgeoise pour préserver son patrimoine dans un contexte économique incertain »
- **Cepom** : « Cepom : la solution sectorielle (gratuite) en matière de formation continue »

10:15 | SESSION D'INFORMATIONS #2

- **AXA Belgium** : « Le nombre de travailleurs en incapacité de travail ne cesse d'augmenter : fake news ou réalité ? »
- **DELA** : « La succession et l'héritage : pourquoi s'y préparer dès maintenant ? »

11:30 | SESSION D'INFORMATIONS #3

- **Portima** : « L'écosystème Brio : l'ouverture aux tiers qui soutient votre digitalisation »
- **Patronale Life** : « PolApp 4.0 » et « HypoStart »
- **Intolaw** : « L'action récursoire de l'assureur : focus sur la notification »
- **Brocom** : « Soyons le changement dans la relation avec le client ! »
- **Allianz** : « La stratégie LifeCycle dans les plans de pension »
- **SantéVet** : « Ils font partie de la famille, pourquoi assurer les animaux de compagnie ? »
- **Penbox** : « Comment améliorer votre productivité grâce aux nouvelles fonctionnalités de Penbox »
- **Lloyd's Insurance Company** : « Comment accéder aux possibilités et capacités de Lloyd's Insurance Company (Lloyd's Europe) ? »

12:15 | LUNCH ET RENCONTRES AVEC LES PARTENAIRES

13:45 | SÉANCE PLÉNIÈRE – 1^{ère} PARTIE

- **Barnier** : L'Europe – d'une utopie à la réalité
- **FSMA** : un visage humain (discussion entre Sébastien Yerna, Vincent de Bock et Patrick)
- Interviews avec les CEO des compagnies

18:00 | SHOWCASE EXCLUSIF DE RORI

18:30 | COCKTAIL ET RENCONTRE AVEC LES PARTENAIRES

20:00 | DÎNER DE GALA



Envie de faire un job qui a du sens ?

Et si on mettait fin aux clichés ?!

Marie Kentros, Responsable Communication chez Feprabel, nous dit tout sur le monde de l'assurance !

Contrairement aux idées reçues, devenir courtier, c'est choisir d'exercer un métier qui a du sens : protéger les individus face aux imprévus, les soutenir (humainement et financièrement) et accompagner petits et grands projets. Bref, rien d'étonnant à faire rimer courtier avec solidarité...

Mais si ça rime, ça rame ? Comme dans toutes les activités professionnelles, cela demande de l'implication. Sauf que... « On sait pourquoi on se lève le matin ! On se sent vraiment utile. On fait quelque chose pour les autres. » souligne avec beaucoup de justesse Marie Kentros.

Dans l'air du temps

Oui, mais. Vous n'aimez pas la paperasse ? Ça tombe bien : nous, non plus ! Heureusement, il est fini ce temps où l'on retournait la boîte à gants dans tous les sens pour trouver un constat. Le métier s'est énormément digitalisé et l'innovation est au cœur des process. Les technologies utilisées pourraient même vous surprendre ! Dans le bon sens, puisqu'elles allègent le travail administratif pour mieux se focaliser sur l'être humain. Parce que, être courtier, c'est aussi être au contact des gens et/ou de l'entreprise...

En outre, il touche à tous les secteurs de l'éco-



© SHUTTERSTOCK

nomie. Et peut-être aussi à l'une de vos passions ? Comme l'Art, l'automobile, le sport, le voyage, etc.

Tentant, n'est-ce pas ? Bien que trop conservateur ? (Encore) FAUX ! C'est un des rares secteurs en

constante évolution. Le métier s'est féminisé (#girlpower), le télétravail est souvent possible, les profils recherchés sont nombreux et en plus... ça recrute !

Vous aimeriez en savoir plus ? Rendez-vous ce 22 avril à Namur à l'occasion du JOB DAY organisé par Feprabel pour faire découvrir les métiers autour du courtage à la nouvelle génération.

M.D.

JOBS DAY « LES MÉTIERS DE L'ASSURANCE » 22 AVRIL 2023

13H - 18H • BUSINESS VILLAGE ECOLYS À SUARLÉE • INSCRIPTION GRATUITE

PROGRAMME

ATELIERS

Comment décrocher un entretien d'embauche ?
Des experts vous montrent comment faire un CV, une lettre de motivation et bien se préparer pour l'entretien.

Valeurs RH

Un des fondateurs de eBloom vous parle des tendances RH.

Équilibre vie professionnelle/vie privée
Une coach vous apporte les clés afin de ne pas vous oublier entre ambition professionnelle et vie privée

JOB DATING



Des courtiers en assurance et responsables de FinTech viennent pour vous rencontrer. Deux tables, une chaise, 15min pour vous plaire l'un l'autre. Les recruteurs viennent pour signer des contrats. Et si vous étiez le candidat idéal ?

DÉBATS RESPONSABLES RH

DES COMPAGNIES D'ASSURANCE

Des RH des plus grandes compagnies viennent débattre de leur vision de l'entreprise, leurs valeurs et leur culture.

DÉBAT JEUNES POLITIENS

Des jeunes qui parlent aux jeunes du sujet dans l'air du temps qui les touchent et dans une langue qu'ils comprennent. On s'immerge en politique avec les dirigeants de demain.

JOB FAIR



Une trentaine d'acteurs dans le secteur du courtage seront présents pour vous rencontrer. Ils vous accueillent sur leur stand tout l'après-midi dans l'objectif de vous partager les valeurs de leur entreprise et de recruter de nouveaux talents



FEPRABEL

Fédération des Courtiers en assurances
& Intermédiaires financiers de Belgique

Un lunch et un cocktail
de clôture sont prévus.

Évènement en partenariat
avec les acteurs du courtage
les plus influents.