

Nous avons cuisiné les assurés pour connaître leur vision de l'ADE du prêt à la consommation

#1 LES ASSURÉS

PRÉAMBULE

Sur le marché, nous constatons de nouvelles tendances de consommation, et donc de possibilités d'achat : crowdfunding, location avec option d'achat ou acquisition en seconde main... Portés par l'accélération de la digitalisation, les prêts à la consommation n'échappent pas aux nouveaux comportements, ce qui impliquera forcément une évolution des modes de distribution pour l'assurance de ces prêts.

Cette assurance disponible sur le marché français, créée pour protéger l'assuré contre les aléas de vie (décès, arrêt de travail, invalidité ou perte d'emploi), n'a connu que quelques innovations ces dernières années. Et certains s'interrogent quant à son utilité, son coût et sa présentation. C'est dans ce contexte que Oney Insurance, convaincu de la vocation patrimoniale de ce produit, souhaite apporter au marché des éléments de questionnement, voire des pistes d'innovation pour mieux répondre aux attentes des clients.



CROISSANCE TOUJOURS SOUTENUE DES PRÊTS À LA CONSOMMATION

Après une décélération au cours des dernières années, nous constatons que la croissance des prêts à la consommation aux particuliers se maintient à un rythme soutenu en France, en 2017 : + 4,7 % en juin, après + 5,8 % en mars.

À fin juin 2017, l'augmentation des prêts à la consommation en France (+ 5,2 %) est légèrement inférieure à celle de la zone euro (+ 5,9 %).

-- Source Banque de France, 09/2017

MÉTHODOLOGIE

En septembre 2017, notre "Étude des besoins et attentes des clients en matière d'Assurance des Emprunteurs (ADE) des prêts à la consommation", a été réalisée sous la forme d'un forum en ligne de trois jours.

Nous avons réuni un panel représentatif du marché du crédit consommation. Des participants de tous horizons, avec des prêts à la consommation de type, durée et montant différents - avec ou sans assurance - ont été invités à répondre à diverses questions concernant leur compréhension et leurs besoins en matière d'assurance emprunteur.

À LA CARTE

- P. 1. Préambule
- P. 2. Introduction
- P. 3. Une exigence : personnaliser le produit
- P. 4. Assurer et rassurer
Le juste prix ?
- P. 5. Oser le crédit consommation en mode connecté
Redonner la main au client
- P. 6. Pour que le soufflé ne retombe pas...



ADE

INTRODUCTION

Chez Oney Insurance, partenaires et clients sont au cœur de notre développement.

Nous voulons construire pour nos assurés des produits couvrants et répondant à leurs besoins. Notre légitimité n'a de sens qu'avec une prise en compte de leur quotidien, et cette réflexion ne pouvait donc démarrer sans la parole de l'assuré. Notre discussion avec ces consommateurs nous permet d'envisager ensemble des pistes pour alimenter une nouvelle vision de l'assurance emprunteur. Les propos et retours recueillis auprès des assurés ayant participé à notre étude sont présentés ici.

Nous tenons à remercier tous les participants, qui, par leur parole libre et honnête, nous permettent aujourd'hui cette première présentation.

Nous remercions également nos partenaires et toutes les parties prenantes, notamment Cbp France pour son soutien et son aide tout au long de ce projet.



CHIFFRES SUR L'ASSURANCE DES PRÊTS



75 % des détenteurs de prêts à la consommation ne sont pas propriétaires



Pour le prêt à la consommation, le **canal de distribution bancaire** représente **53,7 %** des parts de marché



La moyenne totale des **prêts assurés** est aujourd'hui de **52 %** sur le marché



70 % des prêts sont assurés en agence, **30 %** via le web

-- Sources : Banque de France, 09/2017 et étude Cbp sur un panel de 26 000 dossiers externes, 03/2017

L'assurance des emprunteurs : sécurité, confiance réciproque, frais en sus, mais aussi exagération.



Hervé, 52 ans

Je préfère souscrire l'assurance même si cela me revient plus cher car je suis tranquille et je mets ma famille à l'abri.



Aurore, 51 ans

Pas vu l'utilité vu la durée du crédit et le prix.



Karim, 26 ans

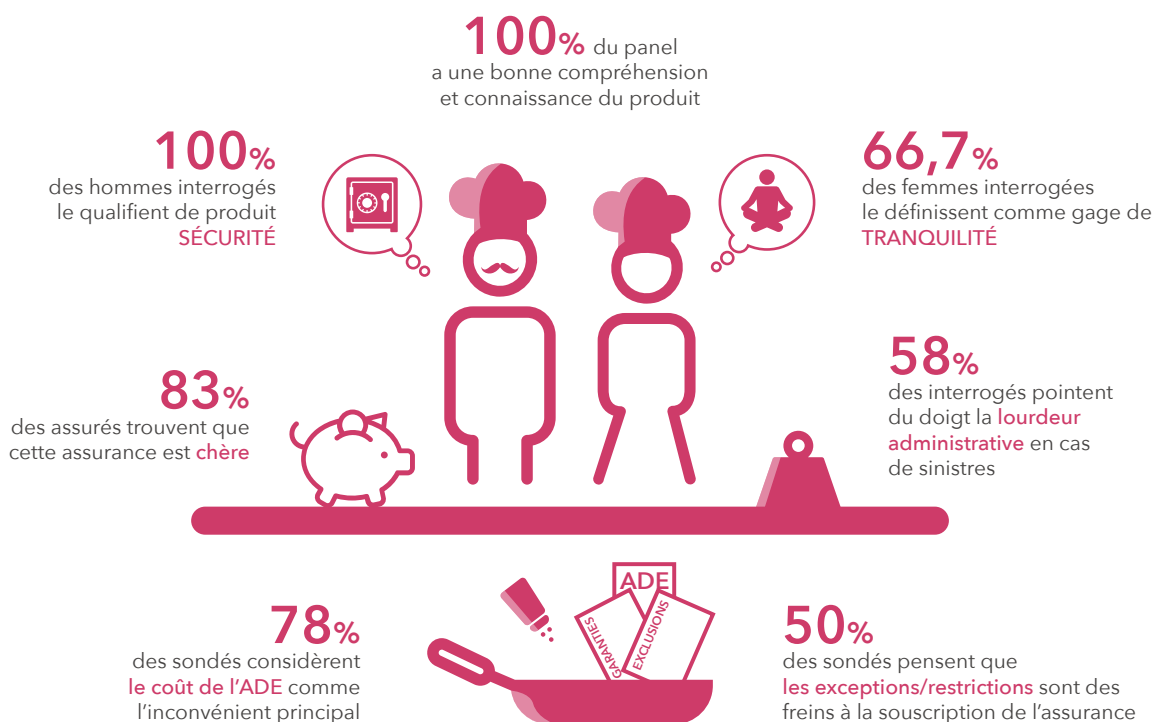
Les inconvénients sont une certaine cherté et des termes parfois pas très clairs.



Isabelle, 37 ans

PERCEPTION DU PRODUIT

Infographie basée sur les déclarations d'assurés réunies dans le cadre de notre panel représentatif



NOTRE ANALYSE

Lors des ateliers, les participants ont présenté leurs envies et craintes sur l'assurance des emprunteurs. Ce qui ressort de façon prépondérante est le large plébiscite des clients quant au produit.

En général, les clients aiment le produit mais ont tendance à confondre son fonctionnement avec celui du crédit. En les interrogeant sur les pistes d'amélioration, nous avons constaté que les assurés hésitent entre une plus grande personnalisation de l'assurance et de ses garanties et une simplification du produit. Ils sont également, mais dans une moindre mesure, demandeurs d'accompagnement et de contact humain, même s'il sera nécessaire d'y associer la vague digitale en approche.

« Si on pense à prendre une extension de garantie, on néglige parfois la souscription de l'assurance d'un prêt consommation ; or, protéger sa famille avant le bien c'est primordial ! En cas d'invalidité, d'incapacité de travail ou de décès, les mensualités sont prises en charge et votre épargne est préservée. »

Charles BERKOVITS

Directeur Courtage et Solutions Membre du CoDir Cbp France

UNE EXIGENCE : PERSONNALISER LE PRODUIT

RECETTE

UN PRODUIT DAVANTAGE SUR MESURE / À LA CARTE

1. Proposer une assurance optionnelle, avec des niveaux de couverture selon la situation personnelle et le statut de l'assuré / ou choisir les bénéfices et ne payer que ce qui est réellement souscrit :

Couverture au choix Statut de l'assuré	Décès	Invalidité	Perte d'emploi	Longue maladie
Salarié	Incluse	Option	Option	Option
Professionnel libéral	Incluse	Option		Option
Retraité	Incluse	Option		
Chômeur	Incluse	Option		
Étudiant		Inclus		

Exemple de tableau de garantie à la main de l'assuré

2. Proposer un système par tranche d'âge, avec des cotisations progressives selon l'âge
3. Supprimer un maximum d'exclusions pour limiter les absences de prise en charge
4. Prendre en compte tous les taux d'invalidité
5. Proposer une protection en cas de perte de revenu liée à un arrêt de travail en cas de maladie d'un enfant ou d'un parent de l'assuré



AJOUTER À MA LISTE DE COURSES



PARTAGER CETTE RECETTE

DEMANDÉ
PAR 64%
DES ASSURÉS
INTERROGÉS



Temps de préparation

Long terme

Difficulté



ASSURER ET RASSURER

Cela serait bien d'avoir **une assurance avec des conditions d'utilisation claires**.



Marc, 26 ans

Les banques expliquent mal ce produit, tout tient dans moins d'une page.



Karine, 43 ans

RECETTE



Un assuré interrogé sur deux met en avant la nécessité d'explications et d'informations davantage concises et claires dans les contrats

1. **Simplifier les contrats** : moins longs et avec des informations précises plus accessibles
2. **Préciser les exclusions et/ou inclure le détail réel** des garanties et exclusions dès la présentation
3. **Expliquer le mode de prise en charge** du chômage en cas de perte d'emploi
4. **Inclure un lexique** et une foire aux questions exhaustifs



Temps de préparation

Moyen

Difficulté



AJOUTER À MA LISTE DE COURSES



PARTAGER CETTE RECETTE



Directive sur la distribution des assurances : la loi se mobilise pour améliorer la relation client/assurance

La DDA (EU 2016/97) s'inscrit dans une volonté d'uniformisation de la réglementation de la distribution des produits d'assurance en Europe. L'Union Européenne a pris cette initiative afin de garantir une protection homogène des clients en relation avec les distributeurs d'assurances. Et nous avons constaté que c'est un souhait exprimé et répété par les personnes interrogées dans le cadre de notre étude.

Cette Directive vise à améliorer l'information des clients par les distributeurs de produits d'assurance. Aujourd'hui, via le document d'information standardisé et l'obligation de conseil, la loi permet de renverser l'image actuelle de l'assurance et de redonner de la légitimité à ces produits, tout en changeant le paradigme de la relation client.

LE JUSTE PRIX ?

J'aimerais être récompensé d'être un bon assuré.



Antoine, 55 ans

Il existe de grandes disparités d'un acteur à l'autre. L'assuré, pour un même risque, peut payer entre **6 € et 17,54 € par mois** :

	Acteur A	Acteur B	Acteur C
Échéance mensuelle	429,65 €	424,04 €	449,73 €
ADE DC PTIA ITT	1,4 %	2,4 %	4,2 %
Moyenne mensuelle des cotisations	6 €	10,38 €	17,54 €

Comparaison des primes pour une assurance emprunteur liée à un crédit non affecté de 10 000 € sur 24 mois, au 13 novembre 2017

DEMANDE DES ASSURÉS INTERROGÉS



50 % des interrogés aimeraient être récompensés en cas de non-utilisation de l'assurance



Une personne sur quatre mentionne l'idée d'un **bonus-malus** (remboursement partiel en cas de non-utilisation de l'assurance), ou a minima :

- » Avoir une assurance couvrant plusieurs prêts à la fois avec un prix forfaitaire
- » Réduire le taux pour un deuxième emprunt, pour les personnes qui n'auraient pas de problème de remboursement, ou proposer un système de fidélité

OSER LE CRÉDIT CONSOMMATION EN MODE CONNECTÉ

RECETTE



Dans notre panel, six personnes sur dix souhaitent l'émergence d'une distribution omnicanale

1. Pouvoir **déclarer son sinistre 100 % en ligne** pour faciliter les démarches
2. Avoir accès à une plateforme internet avec un système de **chatbots pour des informations en temps réel**
3. Développer **une application ou un site pour souscrire et suivre son contrat** ou son échéancier
4. Disposer d'outils pour modifier son assurance afin de faire varier le prix et créer **une assurance sur mesure**
5. Ne plus avoir à appeler des **numéros surtaxés**



Temps de préparation

Moyen

Difficulté



AJOUTER À MA LISTE DE COURSES



PARTAGER CETTE RECETTE

EXEMPLE D'EXPÉRIENCE DIGITALE À L'INTERNATIONAL



www.policygenius.com

EXEMPLE D'EXPÉRIENCE DIGITALE EN FRANCE

Application Huguette
de la Banque Populaire



REDONNER LA MAIN AU CLIENT

*Un **numéro gratuit** afin de faciliter la gestion de sinistre.*



Anaïs, 29 ans

*On nous demande de les **appeler pour avoir plus de renseignements**. Autant ne rien mettre sur leur site !!!!*



Louis, 43 ans

RECETTE EXPRESS

LE SUIVI EN LIGNE DE SON ASSURANCE

Même si les parcours digitaux sont de plus en plus présents, certains usagers souhaitent toujours avoir accès à une expérience client plus traditionnelle où la relation humaine reste dominante. Voici une proposition de recette pour un accompagnement de qualité lorsque le conseil devient digitalisé :

PLÉBISCITÉ
PAR 58%
DES PANE-
LISTES

1. Offrir une **simulation aisée** pour un internaute (en trois clics maximum)
2. Développer une **ergonomie plus moderne** et esthétique (avec photos, pictogrammes, etc.)
3. Ajouter des **informations d'accroche**, comme trois informations clés sur la protection de la famille
4. Inclure un **détail sur les niveaux de garanties** sans obliger à aller chercher la notice, la notice n'étant pas un instrument de communication lors de la vente
5. Trouver une **solution qui découle des attentes du consommateur** : l'écoute et la fabrication d'une solution sur mesure, c'est bien plus qu'une tendance !
6. Systématiser l'**argumentaire simplifié** avec une simulation d'assurance pour aider l'assuré à comprendre les garanties et modalités de son contrat



AJOUTER À MA LISTE DE COURSES



PARTAGER CETTE RECETTE


Difficulté



POUR QUE LE SOUFFLÉ NE RETOMBE PAS...

SYNTHÈSE DES ATTENTES DES ASSURÉS

Les fondamentaux de votre plan d'action :

-  **Assumer la vocation patrimoniale des produits ADE**
-  **Donner les moyens au client de choisir son niveau de protection**
-  **Oser des modes de communication plus accessibles et instantanés**



CONTACT

Si vous souhaitez discuter avec nous de la recette parfaite, n'hésitez pas à nous contacter :



Jessica Lanteri
jlanteri@oney.com.mt



Anais Mathieu
amathieu@oney.com.mt

oneyinsurance

Oney Insurance développe pour les enseignes, les entreprises et les courtiers des solutions ultra-personnalisées en assurance vie et non vie. Notre appartenance au Groupe Oney, à l'ADN commerçant, alliée à notre expertise en Prévoyance, Emprunteurs, Affinitaire et Specialties nous permet de répondre astucieusement aux problématiques BtoC de nos partenaires. Pour plus d'informations, [cliquez ici](#).

EN PARTENARIAT AVEC



Pôle de courtage Assurance du groupe Financière CEP, Cbp est le leader de l'assurance emprunteur en Europe, reconnu par les établissements de crédits, les compagnies d'assurance et les réassureurs. Devenu en 26 ans, le courtier numéro 1 en France de l'assurance emprunteur avec près d'un quart du marché, Cbp est également présent sur le marché de la prévoyance individuelle.