

Assurances et gestion des risques Insurance and Risk Management

QUELLES PERSPECTIVES POUR LA BANCASSURANCE « À LA FRANÇAISE » ?

Jérôme Cornu

Volume 70, numéro 4, 2003

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1092916ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1092916ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Faculté des sciences de l'administration, Université Laval

ISSN

1705-7299 (imprimé)

2371-4913 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Cornu, J. (2003). QUELLES PERSPECTIVES POUR LA BANCASSURANCE « À LA FRANÇAISE » ? *Assurances et gestion des risques / Insurance and Risk Management*, 70(4), 607–615. <https://doi.org/10.7202/1092916ar>

Résumé de l'article

La vente de produits d'assurance par les banques connaît, actuellement en Europe, un développement très important. Tous les pays, sans exception, voient la part de la distribution, par les guichets des établissements financiers, atteindre des niveaux très élevés.

La France se caractérise par un poids de la « bancassurance » le plus fort de tous ses voisins européens, en particulier en assurance vie où les établissements financiers représentent plus de 60 % des versements effectués au titre de l'assurance vie. Si, en assurance de biens et de responsabilité, le développement de la bancassurance est plus confidentiel, l'exemple de la GAV, la garantie des accidents de la vie, créée par les assureurs au début de l'année 2000, montre qu'un produit simple, doublé d'une force de vente importante et réactive, permet aux bancassureurs d'être présents sur le marché de l'assurance non vie.

Les perspectives de la bancassurance en France dépendent à la fois des facteurs qui influent sur l'assurance en général, dont on peut citer en premier lieu le rôle de l'État, le vieillissement de la population et l'achèvement de la construction européenne mais aussi de sa spécificité. En effet, la bancassurance « à la française » se caractérise par une intégration totale de l'assurance au sein de l'activité bancaire qui ne se retrouve pas dans la bancassurance « à l'anglosaxonne ». Cette intégration passe par le développement de la banque et, en son sein, d'une filiale qui lui est propre et non par l'addition d'une activité bancaire et d'une activité d'assurance. Il existe un modèle français de la bancassurance et celui-ci est en train de s'exporter vers le sud de l'Europe.

par Jérôme Cornu

Les perspectives de la bancassurance en France dépendent à la fois des facteurs qui influent sur l'assurance en général, dont on peut citer en premier lieu le rôle de l'État, le vieillissement de la population et l'achèvement de la construction européenne mais aussi de sa spécificité. En effet, la bancassurance « à la française » se caractérise par une intégration totale de l'assurance au sein de l'activité bancaire qui ne se retrouve pas dans la bancassurance « à l'anglo-saxonne ». Cette intégration passe par le développement de la banque et, en son sein, d'une filiale qui lui est propre et non par l'addition d'une activité bancaire

Jérôme Cornu, Directeur adjoint des études, des statistiques et des systèmes d'information à la Fédération française des sociétés d'assurance (FFSA) - Président des groupes de travail statistiques « vie », « santé » et « accidents » du Comité européen des assurances (CEA) - Chargé de cours d'économie de l'assurance à Paris IX (Dauphine) et Paris X (Nanterre).

et d'une activité d'assurance. Il existe un modèle français de la bancassurance et celui-ci est en train de s'exporter vers le sud de l'Europe.

Mots-clés : bancassurance française, assurance vie et assurance dommages, intégration totale.

ABSTRACT

Across Europe, sales of insurance products via banking channels are rising significantly. Without exception, every country on the European continent has seen the percentage of insurance products distributed by financial institutions reach very high levels.

This percentage is the highest in France, where it concerns the sale of life insurance products in particular: financial institutions currently account for more than 60 percent of total life insurance premium payments. Up to now, the sale of property-casualty products via banking channels has been relatively limited. But the example of the personal protection product (GAV – garantie des accidents de la vie) developed by the French insurance industry in early 2000 demonstrates that, with a simple product and a broad-based and highly effective sales force, banks can compete in the non-life insurance market as well.

The outlook for bancassurance in France is dependent not only on factors that influence the insurance industry in general – such as the role of the government, demographic trends and the future completion of Europe – but also on factors that characterize the French market in particular. For example, bancassurance à la française means the total integration of insurance into the bank's other lines of business, which is not the case in English-speaking countries. Banks in France achieve this high degree of integration by establishing special-purpose subsidiaries dedicated to insurance rather than by putting otherwise separate banking and insurance divisions side by side.

A French bancassurance model does indeed exist, and is in the process of being exported to Southern Europe.

Keywords: French bancassurance, life insurance, general insurance, global integration.

INTRODUCTION

Le développement de la bancassurance en France semble avoir atteint une certaine maturité en assurance vie et subir quelques difficultés à s'imposer en assurance de dommages. Cet antagonisme illustre les spécificités de la bancassurance « à la française » et pèse sur les perspectives de son développement en assurance de dommages.

■ UN POIDS DE LA BANCASSURANCE TRÈS INÉGAL SELON LES DIFFÉRENTS MARCHÉS

Le terme de bancassurance qualifie, en France, la distribution de contrats d'assurance aux guichets des établissements financiers, qu'il s'agisse d'établissements bancaires, de bureaux de poste, de caisses d'épargne ou du Trésor public.

Le démarrage de la bancassurance en France peut être daté dans les années 1980, avec le début de la commercialisation des bons de capitalisation par les principaux établissements financiers. Avant les années 1980, les banques ne distribuaient que des contrats liés à un emprunt, contrats qu'elles ne « fabriquaient » pas. Au milieu des années 1980, les banquiers se sont intéressés à un produit d'épargne, simple, rentable et doté d'une fiscalité très incitative, le bon de capitalisation.

La plupart des groupes bancaires se sont alors lancés sur ce marché, en créant ou en rachetant une entreprise d'assurance dont ils ont fait leur filiale. On citera en particulier Prédica, la société d'assurance vie du Crédit Agricole, créée en 1985, et qui, en l'espace de deux années, est devenue la troisième entreprise d'assurance française en termes de chiffre d'affaires.

À la suite du succès de ces bons de capitalisation et voulant également profiter d'une forte demande de leurs clients pour des produits d'épargne fiscalement intéressants, les banquiers, à travers leurs filiales d'assurance, se sont lancés sur le marché des contrats d'assurance à vocation d'épargne et de retraite. Ce fut également un très grand succès, qui permit aux bancassureurs de représenter, dès le début des années 1990, plus de 50 % du marché de l'assurance vie.

Sont apparus ensuite chez les bancassureurs, au cours des années 1990, les contrats de prévoyance – en particulier les contrats d'assurance décès et santé – et, à moindre échelle, les contrats d'assurance de biens.

Tel qu'illustré à la figure 1, à la fin de l'année 2001, la « bancassurance » représente 60% du marché de l'assurance vie. Elle totalise 18 % de l'assurance santé et accidents (hors mutuelles relevant du Code de la Mutualité et institutions de prévoyance) mais seulement 8 % des assurances de biens et de responsabilité. Les bancassureurs représentaient 17 % du chiffre d'affaires de l'assurance vie au début des années 1980, sachant qu'à l'époque il s'agissait essentiellement de la seule Caisse nationale de

prévoyance, devenue CNP assurances. (Voir la figure 2, pour l'évolution des chiffres d'affaires vie et capitalisation depuis 1945).

Le début des années 1990 a été une période difficile pour la bancassurance du fait de la concurrence du PEP (plan d'épargne populaire) mais dès l'année 1993, les banques ont augmenté leurs parts de marché en assurance vie pour se stabiliser, depuis 1997, autour de 60 %.

Fin 2001, les principaux bancassureurs en France pour l'assurance vie sont Prédica (Crédit agricole) et la CNP (Caisse nationale de Prévoyance), avec plus de 10% de parts de marché de l'assurance vie précédant Ecureuil Vie (Caisses d'épargne), Sogecap (Société générale) et Natio Vie (BNP). En assurances santé et accidents, la CNP représente la moitié de la part des

FIGURE I
DISTRIBUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES VIE
ET CAPITALISATION

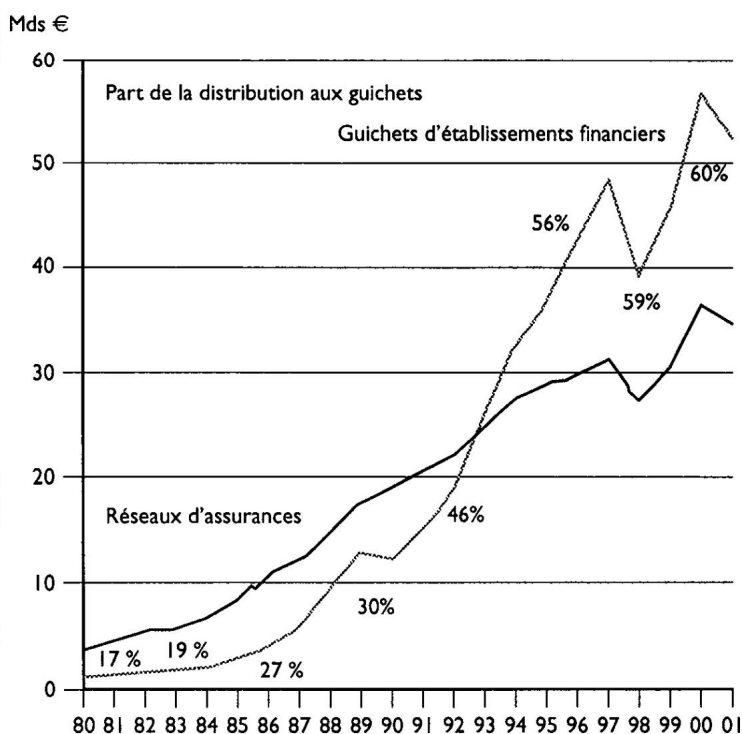
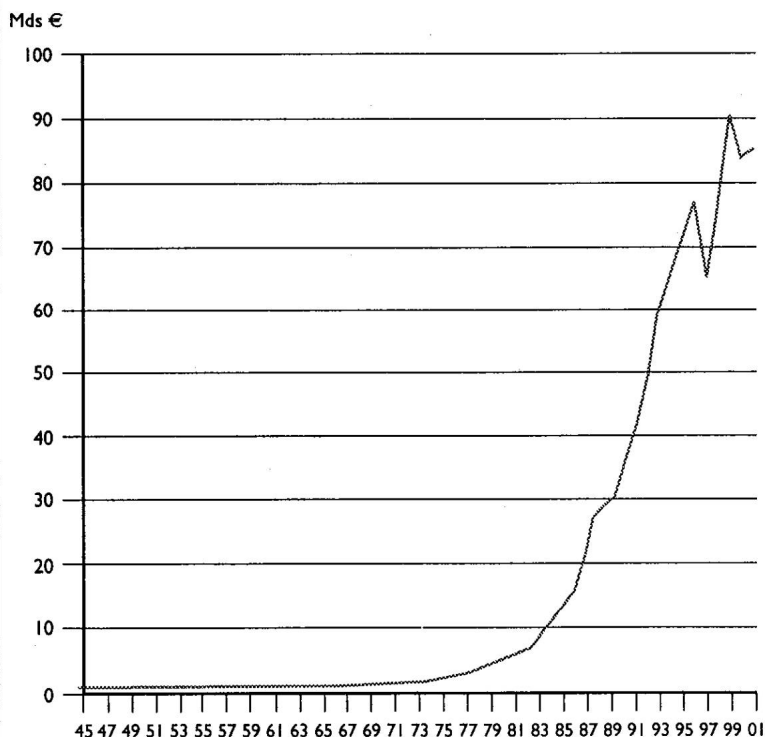


FIGURE 2**CHIFFRES D'AFFAIRES VIE ET CAPITALISATION DEPUIS 1945**

bancassureurs, du fait de sa forte présence sur le marché de la prévoyance collective.

En ce qui concerne les assurances de biens, les bancassureurs sont beaucoup moins présents et se limitent, pour l'essentiel, à l'assurance automobile et à la multirisque habitation des particuliers. Les principaux intervenants en dommages aux biens responsabilité sont les ACM (Assurances du Crédit Mutuel) et Pacifica (Crédit Agricole).

Le faible poids des bancassureurs en assurances non vie est à mettre en regard du succès qu'ils rencontrent, aujourd'hui en France, dans la distribution de la GAV, la garantie des accidents de la vie. Créée par les assureurs au début de l'année 2000, cette assurance vise à couvrir les accidents de la vie privée, hors maladie, en offrant une garantie indemnitaire du préjudice subi.

En deux ans, les bancassureurs représentent les trois quarts des 800 000 contrats vendus, illustrant ainsi l'efficacité des réseaux bancaires dans la vente des produits de masse dont les garanties sont claires et le coût raisonnable (de l'ordre de 150 euros par famille et par an). La simplicité du produit offert, doublée d'une force de vente importante et réactive, a permis aux bancassureurs d'être leaders sur ce marché émergent.

■ LE CAS PARTICULIER DE L'ASSURANCE VIE EN FRANCE

L'explication du succès de la bancassurance sur le seul marché de l'assurance vie en France, dès le milieu des années 1980, est la résultante de plusieurs facteurs dans le contexte d'un environnement favorable pour les placements financiers des ménages.

En effet, grâce à une maîtrise de l'inflation en France au cours des années 1980, la rentabilité réelle des placements financiers est devenue positive, de sorte que les rendements offerts par les bons de capitalisation et ensuite par les contrats d'assurance vie épargne sont devenus attrayants. De plus, ces produits bénéficient d'une fiscalité très incitative, même si celle-ci n'a cessé de se détériorer depuis cette date.

En second lieu, en réponse à un intérêt grandissant pour les placements financiers de toutes sortes, y compris les placements risqués et de long terme, les bancassureurs ont su offrir à leur clientèle une gamme de produits d'assurance vie restreinte, composée de contrats présentant peu d'options, donc faciles à appréhender.

Troisième facteur, les bancassureurs bénéficient d'une clientèle relativement captive dont ils connaissent bien les caractéristiques (revenus, composition de la famille, habitudes de consommation, ...). Grâce à ces informations, il est plus facile d'offrir à son client le contrat parfaitement adapté à ses besoins et à ses revenus.

Quatrième élément également déterminant de ce « virage » vers l'assurance, les banquiers ont vu dans l'offre d'assurance un moyen de redéployer une part de leurs effectifs importants, embauchés au cours des années 1960 et 1970, afin de rentabiliser les nombreuses agences créées au cours de cette période.

Enfin, le succès de la bancassurance est également dû à son réseau de distribution : ce sont en effet plus de 45 000 points de vente correspondant à l'ensemble des guichets bancaires, ceux de la Poste, des caisses d'épargne et du Trésor. Ce chiffre est à rapprocher des 35 000 intermédiaires d'assurance (agents, courtiers et salariés) dont une part importante ne commercialise pas d'assurance vie. Cette force de vente est considérable, surtout si l'on tient compte des nombreuses occasions de contact entre un client et son banquier.

Ainsi les années 1990 ont vu les banques et les autres établissements financiers se positionner en tant que « véritables assureurs » proposant une offre globale aux besoins de leurs clients.

■ QUELLES PERSPECTIVES POUR LA BANCASSURANCE ?

Il n'est pas possible de réfléchir à l'avenir de la bancassurance en France sans étudier les facteurs qui influent sur l'assurance en général, et notamment sur les assurances de personnes. Trois facteurs semblent essentiels pour les années à venir.

En premier lieu, la réduction relative des prestations sociales de l'État, annoncée depuis si longtemps et dont l'arrivée semble désormais inéluctable. Il est évident que le besoin accru de sécurité économique des citoyens doublé de la croissance du besoin de financement devrait, à terme, bénéficier à l'assurance vie et à l'assurance santé.

Le second facteur est le vieillissement de la population qui, jusqu'à présent, était un avantage pour les assureurs vie avec une population âgée qui continuait d'épargner. Mais cette population vieillit : qui peut prédire ce que sera son comportement d'épargne ? L'hypothèse d'une forte désépargne liée au besoin de financer sa propre retraite ou de renforcer ses besoins de prévoyance, tels que la dépendance, pèse lourdement sur le niveau des stocks d'épargne en assurance vie.

Enfin, le troisième facteur qui influera sur le développement des assurances de personnes (et donc de la bancassurance) est l'achèvement de la construction européenne qui devrait conduire à une harmonisation fiscale à l'échelle européenne.

Concernant la bancassurance uniquement, plusieurs facteurs internes sont également à souligner, qui indiqueraient un ralentissement de son développement. L'évolution démographique à compter de 2005 (départ en retraite des premiers « papy boomers ») modifie en effet fortement la problématique des effectifs des réseaux bancaires soulignée précédemment.

De plus, le rapprochement des groupes financiers devrait conduire à diminuer le nombre d'agences bancaires et donc à réduire les effets d'offre. Enfin, le marché de l'assurance vie, sans être saturé, est déjà très développé, de sorte que les coûts d'acquisition des nouveaux clients s'élèvent grandement.

Tout ceci explique, en grande partie, la stabilité de la part de la bancassurance en assurance vie depuis quelques années en France. Mais comparé aux principaux autres pays européens, il existe vraiment une spécificité française. En effet, si l'on observe la part de la bancassurance dans les différents marchés européens, on remarque clairement que c'est en France qu'elle est le plus développée, aussi bien en vie qu'en dommages. Il existe donc un modèle français de la bancassurance. Celle-ci est en train de s'exporter vers le sud de l'Europe et se caractérise par une intégration totale de l'assurance au sein de l'activité bancaire.

Cette intégration est le facteur clé de la réussite de la bancassurance. Elle se ressent au niveau des produits d'assurance qui sont très proches des produits bancaires (simples) et peu coûteux. L'intégration de la culture bancaire est déterminante dans la conception des produits distribués par les banques. Celles-ci, pour entrer et percer sur le marché de l'assurance vie dans les années 1980, ont dû être performantes en termes de produits et de coûts de distribution.

La particularité de la bancassurance « à la française » tient au fait que la bancassurance n'est pas la vente d'un produit d'assurance traditionnelle par un réseau bancaire. La bancassurance est une activité spécifique au sein de la banque où se développent des produits qui correspondent à l'image de la banque et de ses réseaux et aux besoins de ses clients.

C'est une activité dont il faut souligner la particularité et qui ne se retrouve pas dans la bancassurance « à l'anglo-saxonne » dans laquelle les marchés sont particulièrement concurrentiels et caractérisés par une moindre fidélisation des clients. Les produits distribués par les établissements financiers de ces pays ne sont pas spécifiques et sont le plus souvent des produits « hybrides » conçus en accord entre deux partenaires : le banquier et l'assureur.

En France, la bancassurance n'est pas l'addition d'une activité bancaire et d'une activité d'assurance existantes. C'est une activité *sui generis* : la bancassurance « à la française », c'est le développement par la banque et en son sein d'une filiale qui lui est propre et qui met à la disposition du réseau de la banque des produits financiers qui bénéficient du régime fiscal des produits d'assurance.

Le succès de la bancassurance montre que les banquiers ont notamment réussi là où leurs concurrents étaient moins développés et là où le marché était peu saturé. Le rôle que les banques occupent actuellement en assurance vie est à présent incontournable. En assurance de dommages, où le marché était arrivé à maturité depuis plus longtemps, les banques sont de nouveaux acteurs qui accentuent un niveau de concurrence déjà très élevé.

■ CONCLUSION

Ainsi, la bancassurance a su s'imposer en France et connaît un développement important dans plusieurs autres pays européens. Elle a su créer et imposer sa spécificité en assurance vie et sur quelques créneaux en assurance de dommages des particuliers. Elle devra démontrer sa capacité à exercer dans la durée les activités très spécifiques de l'assurance de dommages.