

Canaux de distribution de l'assurance

Chiffres 2006

Sommaire

1. Introduction : tous gagnants ?	02
2. Objectif et méthodologie de l'enquête	04
3. Résultats 2006	06
▶ Représentativité de l'échantillon des réponses et fiabilité des résultats	
▶ Résumé des résultats les plus significatifs	
▶ Assurance non-vie	
▶ Assurance vie	
- Vie individuelle : (branche 21-23)	
-> Vie individuelle : contrats à taux garanti (branche 21)	
-> Vie individuelle : contrats liés à des fonds d'investissements (branche 23)	
- Vie groupe	
- Assurance vie : production des affaires nouvelles	
- Ensemble des opérations vie	
4. Principales conclusions de l'enquête	15
5. Tableaux : ventilation des encaissements et des parts de marché	16
6. Classification des canaux	28

1. Introduction : tous gagnants ?

“Le courtage reprend l’avantage” ou plutôt “La bancassurance perd un tour” ? Les journalistes auront le choix de la formule lorsqu’ils prendront connaissance des chiffres contenus dans l’étude des parts de marché des canaux de distribution de l’assurance en 2006. En effet, “il n’y a pas photo” : la bancassurance perd plus de 5% au classement général, le courtage en gagne à peu près autant et retrouve, un an après l’avoir perdue, la première place du podium avec 34,6% des primes, contre 31,4% pour la bancassurance et 20,7%, pour s’en tenir aux grands courants.

Les chiffres d’Assuralia s’en tiennent à l’activité d’assurance et ne tiennent pas compte de transferts vers d’autres produits d’épargne et de placement. Ceci peut évidemment amener à nuancer les constats qui suivent lorsqu’ils portent sur des canaux de distribution qui peuvent offrir des produits alternatifs.

La compilation des parts de marché mène à un résultat global qui additionne des pommes et des poires : l’union professionnelle des entreprises d’assurances en a parfaitement conscience. En réalité, il n’y a pas un marché des assurances, mais, comme en témoigne bien souvent l’organisation des entreprises d’assurances, des marchés des risques des grandes entreprises (assurances-dommages, employee benefits, ...), des marchés des particuliers et PME (dommages, pension, épargne, ...). Le lecteur est donc invité à faire preuve de discernement dans l’analyse des résultats.

Une année particulière

L’analyse des données ayant trait à la distribution demande une solide dose de concentration ; il faut, en effet, faire la part des choses entre chiffres absolus et parts de marché, la confusion risquant de mener à des conclusions hâtives. La situation se corse d’autant plus lorsque, comme c’était le cas pour l’année 2006 comparée à celle qui précède, l’évolution des différents segments du marché n’est pas constante, mais subit des ruptures significatives.

Un petit retour en arrière s’impose donc. En 2005, le gouvernement avait annoncé l’introduction d’une taxe de 1,1% des primes d’assurances sur la vie individuelles, qui reste en travers de la gorge du secteur. La fin de cette année avait par voie de conséquence connu un rush vers des

contrats à prime unique libres de cette taxe. Comme on pouvait s’y attendre, l’assurance vie individuelle connut, en contrecoup, un recul sensible en 2006, à raison de moins 17,1% en assurance à taux garanti (branche 21) et de moins 37,2% en assurance vie liée à des fonds d’investissement (branche 23). Depuis, la vie individuelle à taux garanti a rebondi en 2007 (+ 22,7%), mais la branche 23 a plongé une nouvelle fois (- 30,8%) l’an dernier. Ces fluctuations ne sont pas sans conséquences en termes de distribution, dans la mesure où la branche 23 constituait une place forte pour la bancassurance, tandis que les réseaux sont plus diversifiés pour les produits appartenant à la branche 21.

2006 avait été une petite année pour l’assurance de groupe (- 3,3%, mais 2007 est meilleur), tandis que les branches non-vie affichaient une progression dans la ligne des années précédentes, avec pour seul fait exceptionnel l’introduction de la garantie “catastrophes naturelles” dans les contrats d’assurance incendie “risques simples”, Cette branche constitue l’un des fronts les plus intéressants à observer en matière de distribution. L’introduction d’une surprime correspondant à ces nouvelles garanties a boosté l’encaissement dans cette branche. Cet effet unique s’étale du printemps 2006 au printemps 2007.

Non-vie : le courtage, un leader exposé à la concurrence

En assurance non-vie, le courtage reste le canal de distribution dominant, mais il marque cependant le pas en ne s’adjudgeant que 3,6% de croissance, contre 6,5% à la bancassurance et même 9,7% pour le direct. Ce sont les réseaux exclusifs et en l’occurrence les agents qui en font les frais. Lorsqu’on traduit ces évolutions, observées au niveau de montants absolus, en parts de marché, le direct progresse d’un point et arrive en vue des 20 pour cent, à comparer aux 65% du courtage au sens large et aux 5,9% de la bancassurance.

Le match s’arbitre, selon les produits, quasi systématiquement d’après ces clés d’analyse : progression de la vente directe, recul des agents exclusifs. Il ne s’agit pas d’un transfert d’agents vers le courtage : même si ce mou-

vement a pu et peut encore s'observer, le solde perdu par les agents ne se retrouve pas en boni auprès du courtage, mais plutôt du côté de la distribution sans intermédiaire et de la bancassurance.

Celle-ci progresse de plus d'un pour cent de part de marché tant en assurance habitation qu'en RC Vie privée, ce qui représente 40.000 clients qui, pour ces produits de première nécessité, assimilent assureur et banquier, un mouvement qui s'observe, à une plus petite échelle, également chez les courtiers qui pratiquent l'assurfinance. Ensemble, ils représentent un quart de l'encaissement dans ces branches.

On notera que le direct writing en assurance automobile reste stationnaire à 2,4% tout comme l'utilisation "pure et dure" d'internet, qui stagne à 0,2%. En revanche, la vente business-to-business y fait une percée, en s'adjudant 2,1% du marché.

Au travers de ces chiffres, il faut avoir conscience du fait que les courtiers – pas plus que d'autres intervenants - ne doivent pas être jugés comme étrangers à l'utilisation d'Internet. Comme le précisent les définitions accompagnant la présente étude, il est tout à fait concevable, et même fréquent, de voir les courtiers, ou le B-to-B, recourir à Internet non seulement pour des activités de gestion et de communication avec les compagnies, mais aussi et surtout comme moyen de communication avec la clientèle, ce qui n'empêche en rien la personnalisation de la relation client aux moments essentiels.

| Vie : le grand dérangement

Si, en assurance dommages, les fluctuations en termes de part de marché ne dépassent, en 2006, pas les 3% quel que soit le segment observé, la situation est tout autre en assurance-vie. Les reculs du marché y affectent surtout le direct et la bancassurance, moins les intermédiaires "classiques" ; ceci ne remet pourtant pas en cause le net leadership dans les branches individuelles pour la bancassurance, à raison de 53% dans l'ensemble et de 76% en branche 23.

Sur un marché des contrats individuels en branche 21 qui perd un sixième de son volume, les bancassureurs

réussissent à accroître leur part de marché de 11% pour ce qui est de l'épargne à court terme sous forme de primes uniques, un chiffre qui se retrouve logiquement tant dans la statistique au regard de l'encaissement qu'au regard de la nouvelle production. Courtiers et mutuelles sans intermédiaires en font les frais, sous réserve de la progression, moins importante, qui porte le direct marketing et Internet réunis à 2% du marché. Epargner en ligne figure désormais sur l'écran radar.

Dans la catégorie "Autres", qui constitue l'essentiel de l'activité vie individuelle, courtiers surtout et bancassureurs dans une moindre mesure tiennent bon au détriment des sociétés mutuelles et coopératives sans intermédiaires.

En branche 23, autre segment où encaissement et nouvelle production se recoupent largement, la bancassurance lâche prise. Le marché dans son ensemble, dominé par les guichets bancaires, perd un gros tiers de son niveau de 2005, et en termes de parts de marché, la banque cède encore plus de 9%, récupérés par les courtiers quelle que soit leur typologie. Ceux-ci signent une performance remarquable en réussissant à accroître significativement leur production en chiffres absolus dans un contexte déprimé.

Les fluctuations dans les autres segments, dont le déroulement est plus constant, sont en principe moins spectaculaires. On notera toutefois que le courtage reprend la main pour les affaires vie liées à des prêts hypothécaires, où la bancassurance laisse filer la production d'affaires nouvelles alors que le marché connaît une légère croissance en termes absolus.

Rendez-vous fin 2008 pour les chiffres 2007, qui ne seront pas moins intéressants : une fois de plus, l'assurance vie individuelle sera le secteur à suivre, puisque les assurances vie individuelles ont connu l'an dernier des évolutions en sens opposé.

Wauthier Robyns
cia@assuralia.be

2. Objectif et méthodologie de l'enquête

L'objectif de l'enquête "Canaux de distribution" est de mesurer l'importance relative des différents modes de distribution de l'assurance en Belgique, ainsi que l'évolution de leurs parts de marché dans le temps¹.

Le questionnaire adressé aux entreprises se présente sous la forme d'un tableau à deux dimensions, dont les lignes représentent les principales opérations d'assurance et les douze colonnes, autant de canaux de distribution. Les définitions précises des canaux y associés sont reprises dans le dernier chapitre de ce dossier.

Les canaux sont répartis en quatre catégories principales.

Les **réseaux non exclusifs en assurance** reprennent, outre le courtage classique, les courtiers travaillant au travers de guichets bancaires et les mega brokers. Le second groupe comprend les "courtiers travaillant avec une agence bancaire du groupe financier auquel appartient l'entreprise d'assurances ayant émis le contrat d'assurance"; ce groupe est communément désigné sous le label d'"assurfinance". Au cas où cette agence bancaire ne peut vendre que des produits d'assurance du groupe, il s'agit d'un réseau exclusif, repris alors parmi la bancassurance.

Les contrats d'assurance d'une entreprise commercialisés par des courtiers au travers de guichets bancaires d'un autre groupe, sont quant à eux repris parmi le courtage classique. L'étude se base donc davantage sur une approche "entreprise" que sur une approche "client", qui aboutirait à des estimations de parts de marché "bancaires" légèrement supérieures à celles de cette enquête.

Les mega brokers correspondent aux bureaux de courtage membres de l'union professionnelle des courtiers en assurances (UPCA), dont la liste est reprise en annexe. La rubrique "Autres" n'est utilisée que marginalement, à titre supplétif (p.28).

Les **réseaux exclusifs en assurance sans activités bancaires** reprennent les agents d'assurances exclusifs. On les distingue selon leur statut de salaire ou d'indépendant.

La **bancassurance** reprend l'ensemble des contrats d'assurance vendus au travers de guichets bancaires où, pour l'assurance, ne sont vendus que des produits du groupe.

Le **direct** couvre l'ensemble des contrats vendus sans intermédiaire. Cette catégorie reprend principalement les mutuelles et coopératives sans intermédiaires, la vente directe qui reprend les contrats vendus directement par des assureurs à des clients entreprises (business to business), ainsi que le marketing direct, qui reprend en l'occurrence les contrats vendus par des assureurs aux particuliers (business to consumer) et le commerce électronique sans intermédiaires.

Par rapport aux éditions antérieures à 2004, le marketing direct a été éclaté en business to business et business to consumer, tandis que les anciennes catégories "Affinity group", assureurs captifs, pool, ... ont été fusionnées en une catégorie "Autres directs".

Pour permettre une analyse sur longue période, les résultats des éditions de 1994 à 2003 ont été ajustés à la nouvelle grille d'analyse. Certains graphiques ou tableaux présentés dans les trois dernières éditions peuvent donc différer de ceux publiés au cours des éditions précédentes. En outre, des affinements méthodologiques propres à certaines entreprises peuvent être également à l'origine de certains glissements.

Dans la mesure du possible, chaque groupe de produits a été ventilé en deux catégories : une première à destination des particuliers et la seconde, des entreprises.

Sont repris dans la première catégorie :

- ▶ les produits individuels et dépendance des branches santé et accidents,
- ▶ l'ensemble des produits automobiles,
- ▶ les produits "habitation" de la branche incendie,
- ▶ les produits "vie privée" de la branche RC générale,
- ▶ les autres produits IARD, excepté la partie crédit et caution des entreprises uniquement actives dans cette branche,
- ▶ les produits "vie individuelle".

¹ Afin d'intégrer les changements récents en matière de distribution des produits d'assurance et pour mieux refléter la réalité des opérations, la définition des différents canaux a été revue lors de l'édition 2004 de l'enquête.

Sont repris dans la seconde catégorie :

- ▶ les produits collectifs des branches santé et accidents,
- ▶ l'accident du travail,
- ▶ les autres risques simples et les risques spéciaux de la branche incendie,
- ▶ l'ensemble des produits de la responsabilité civile générale autres que ceux relatifs à la vie privée,

- ▶ l'encaissement crédit et caution des entreprises actives uniquement dans cette branche,
- ▶ les produits "vie groupe ".

Cette subdivision, bien qu'imparfaite, permet une première approche des modes de distribution des produits d'assurance en fonction des assurés.

3. Résultats 2006

3.1. Représentativité de l'échantillon des réponses et fiabilité des résultats

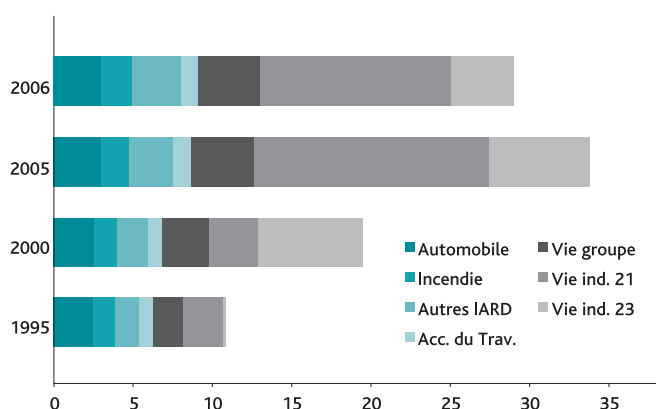
L'étude a été réalisée sur la base d'un échantillon représentant la quasi-totalité du marché belge de l'assurance, y compris les entreprises non-membres d'Assuralia et les succursales belges d'établissements communautaires qui ne sont pas contrôlées par la CBFA. En revanche, les opérations conclues dans notre pays en libre prestation de services (LPS) à partir d'un autre pays membre de l'Espace économique européen ne sont pas reprises.

L'échantillon analysé représente 99% des encaissements 2006 du marché belge de l'assurance hors LPS. Pour la production d'affaires nouvelles, l'échantillon atteint également près de 99% des résultats mentionnés dans le reporting obligatoire des entreprises à la CBFA.

3.2. Résumé des résultats les plus significatifs

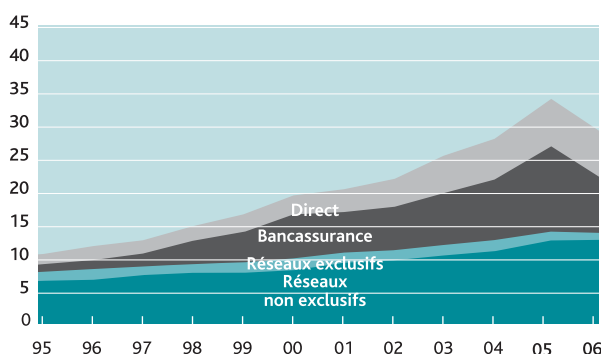
Les résultats pour 2006 indiquent une baisse nominale du total des encaissements de 14,1% (- 4,7 milliards d'euros) par rapport à une hausse de 18,9% en 2005. Cette baisse est avant tout attribuée au recul des opérations d'assurance sur la vie de 20,3%, après une hausse de 26,4% en 2005. Cette évolution est la conséquence de l'introduction de la taxe de 1,1% sur les primes d'assurance-vie individuelle. Les opérations non-vie progressent de 4,1% en 2006 (+ 354 millions d'euros), par rapport à 1,7% l'année précédente.

Evolution des encaissements de 1995 à 2006 (en milliards d'euros)



Le graphique ci-dessous retrace, pour les quatre grands groupes de canaux analysés, l'évolution des encaissements sur longue période. Il indique que, par rapport à 2005, les primes des réseaux exclusifs, de la bancassurance et du direct diminuent respectivement de 0,6% (- 9,1 millions d'euros), 27,2% (-3,4 milliards d'euros) et de 18,5% (- 1,4 milliard d'euros). L'encaissement des réseaux non exclusifs est pratiquement inchangé (+ 0,2%).

Evolution des encaissements en assurance non-vie et vie (en milliards d'euros)



Les **réseaux non exclusifs** représentent en 2006 à nouveau le canal de distribution d'assurances le plus important. Après quatre années successives de baisses continues, leur part de marché augmente pour passer de 36,2% en 2005 à 42,2% en 2006.

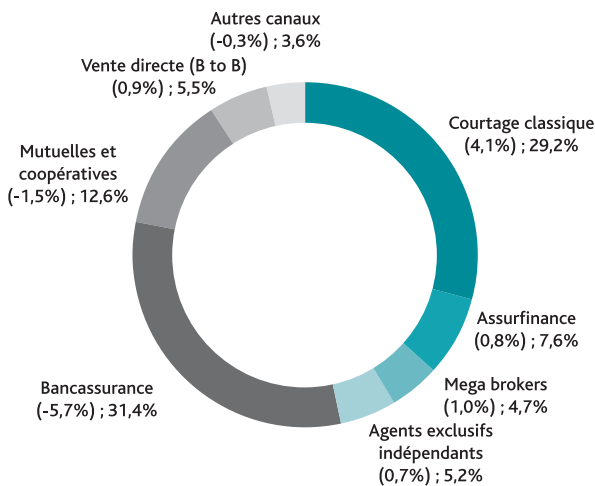
Cette rupture de tendance s'explique principalement par l'introduction de la taxe de 1,1% sur les primes d'assurance-vie individuelle : l'épargnant a éludé cette taxe en souscrivant massivement fin 2005 à ces produits d'assurance-vie, ce qui souligne l'écart entre l'encaissement de 2006 et celui de 2005. L'impact est le plus marqué chez les bancassureurs et les assureurs directs étant donné que leur part dans les assurances-vie individuelle est plus importante que celle des réseaux exclusifs et non exclusifs.

Ces évolutions font qu'en 2006, la part de marché de la **bancassurance** affiche une forte baisse de 5,7 points. En 2005, ce mode de distribution a dépassé pour la première fois, pour l'ensemble des activités, les réseaux de courtage en représentant 37,1% des primes d'assurance encaissées

en Belgique. La bancassurance demeure l'acteur dominant sur le marché des assurances-vie. En 2006, ce mode de distribution représente 43% de l'encaissement en assurance vie contre 47,9% en 2005.

Le léger repli des **assureurs directs** en 2005 se répète en 2006. De 2000 à 2004, ce mode de distribution a connu une forte croissance de 7,8 points (de 14,5% à 22,4%), tirée par les mutuelles sans intermédiaires. En 2006, la part de marché des assureurs directs a baissé de 1,1 point pour s'établir à 20,7% du volume total des primes.

Répartition de l'encaissement en vie et non-vie par canal en 2006 (Evolution par rapport à 2005)

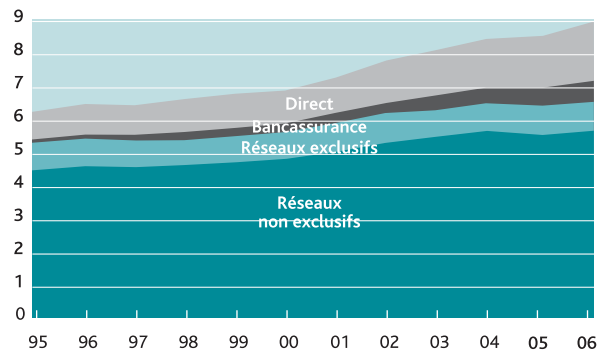


3.3. Assurance non-vie

Après la croissance modérée de 2005 (+1,7%), le marché de l'assurance non-vie enregistre en 2006 à nouveau une croissance, plus forte (+ 354 millions d'euros, soit + 4,1%).

L'évolution de l'encaissement en 2006 diffère toutefois dans une large mesure d'un canal de distribution à un autre : les primes des réseaux directs, des réseaux non-exclusifs et de la bancassurance progressent respectivement de 9,7%, 3,6% et 6,5% par rapport à 2005. En revanche, les réseaux exclusifs enregistrent un recul de 4,9%.

Evolution des encaissements en assurance non-vie (en milliards d'euros)



Le marché de l'assurance non-vie reste dominé par le **courtage classique** et l'**assurance** qui, ensemble, représentent 52,6% des primes d'assurance non-vie. Le client continue donc de privilégier les réseaux **non-exclusifs** pour la distribution de produits d'assurance non-vie.

Force est cependant de constater que l'ensemble des réseaux non exclusifs présente, tout au long des douze années d'observation, un repli de 6,5 points et totalise 65,0% de l'encaissement non-vie en 2006 contre 71,5% en 1995.

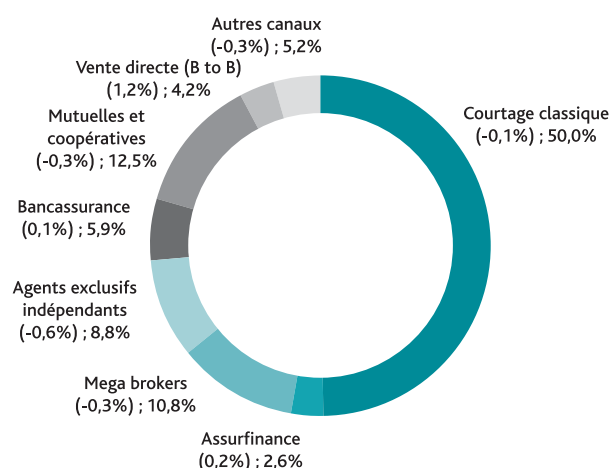
La **distribution directe** a connu ces dernières années une croissance constante sur le marché des assurances non-vie. Elle enregistre en 2006 une part de marché de près de 20% contre 18,9% en 2005 et 14,7% en 2000. Ce canal est donc en train de connaître peu à peu le même succès que dans des pays comme la Grande Bretagne et les Pays-Bas où il totalise près d'un quart du total des encaissements.

2006 n'a pas engendré de changements notables pour la **bancassurance** : sa part de marché augmente légèrement de 0,1 point pour s'établir à 5,9% des primes d'assurance non-vie. Ce canal de distribution est utilisé essentiellement pour quelques produits de base destinés aux particuliers comme l'assurance habitation (16,9%) et l'assurance familiale (13,9%).

Les **réseaux exclusifs** en tant que canal de distribution pour les assurance non-vie perdent à nouveau du terrain, représentant en 2006 9,2% du volume des primes

En considérant séparément les produits non-vie à destination des particuliers de ceux à destination des entreprises, on remarque que les agents exclusifs et la bancassurance sont davantage présents sur le segment des particuliers, alors que les mutuelles et coopératives, les courtiers et les mega brokers sont plus actifs sur les segments d'entreprises. Les mega brokers contribuent à raison d'un cinquième des encaissements "business to business".

Répartition des encaissements en non-vie par canal en 2006 (Evolution par rapport à 2005)



3.4. Assurance vie

Cette section présente l'évolution des différents canaux de distribution successivement pour les opérations vie individuelle (assurances à taux garanti et produits liés à des fonds d'investissement), les opérations vie groupe, la production d'affaires nouvelles et dresse un synoptique pour l'ensemble des opérations d'assurance vie.

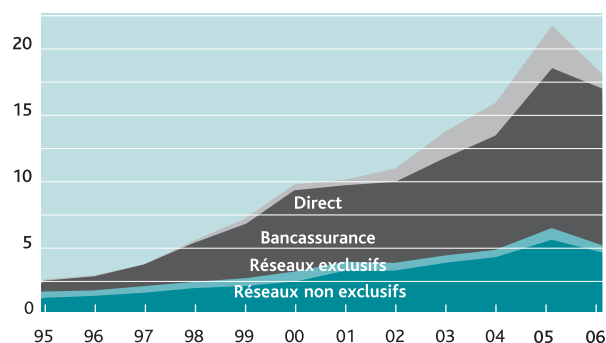
3.4.1. Vie individuelle (branches 21-23)

La forte croissance de l'assurance vie individuelle de ces dernières années s'est transformée brutalement en 2006 en un sérieux repli. L'annonce de l'introduction de la taxe de 1,1% sur les primes d'assurance-vie individuelle est à l'origine de la baisse de près d'un quart du volume des

primes. Pour les contrats liés à des fonds d'investissement, la perte s'élève même à plus d'un tiers.

L'évolution de l'encaissement en 2006 diffère toutefois dans une large mesure d'un canal de distribution à un autre : par rapport à 2005, les primes des réseaux non exclusifs, des réseaux exclusifs, de la bancassurance et du direct ont baissé respectivement de 5,7% (- 304,1 millions d'euros), 3,2% (-21,9 millions d'euros), 27,7% (-3,3 milliards d'euros) et 43,3% (-1,4 milliard d'euros).

Evolution des encaissements vie individuelle (br. 21-23) selon les principaux modes de distribution (en milliards d'euros)



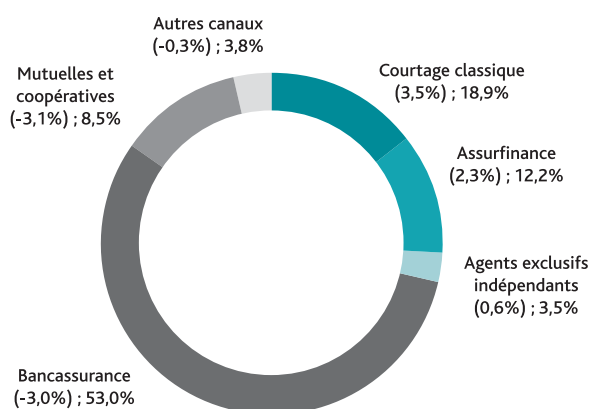
Le marché de l'assurance vie individuelle est dominé essentiellement par la **bancassurance**. En dépit du repli de 3,0 points en 2006, la part de marché de la bancassurance est encore et toujours supérieure à 50%.

La baisse généralisée du volume d'encaissement a eu un impact limité sur les **réseaux non exclusifs**. Ceux-ci ont enregistré en 2006 une croissance relative importante de 6 points. Les réseaux non exclusifs consolident ainsi avec 31,6% de parts de marché leur deuxième position après la bancassurance.

Les **assureurs directs**, en tant que canal de distribution de l'assurance vie individuelle, enregistrent le recul relatif le plus important (3,9 points). La part du direct dans l'encaissement a oscillé entre 2003 et 2005 autour des 15%. En 2006, les assureurs directs n'ont pris que 11,2% des primes à leur compte.

Jusqu'en 2005, les **réseaux exclusifs** ont connu un recul constant. Grâce à la croissance des ventes des "autres assurances déduites fiscalement", leur part augmente de près d'un point pour s'établir à 4,1 %.

Répartition de l'encaissement en vie individuelle (br. 21-23) par canal en 2006 (Evolution par rapport à 2005)



Jusqu'en 2005, les **réseaux exclusifs** et **non exclusifs** ont perdu une part de marché relative au profit de la **bancassurance** et des **réseaux directs**. En 2006, le mouvement s'inverse à la suite de l'introduction de la taxe sur la prime d'assurance et de la rupture de tendance qu'elle a initiée. Tant la bancassurance (- 3 points) que les assureurs directs (- 3,9 points) perdent du terrain au profit des réseaux exclusifs (+ 0,9 point) et non exclusifs (+ 6 points).

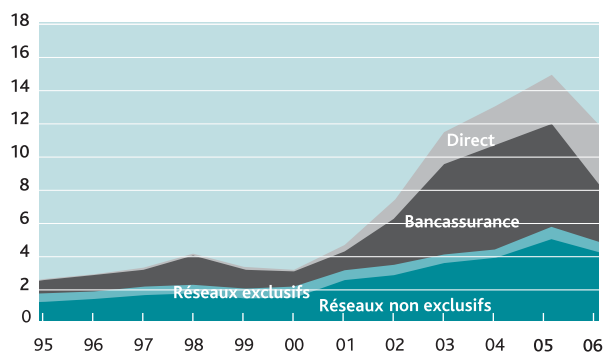
Malgré le revirement intervenu en 2006, la bancassurance a cédé entre 2000 et 2006 plus de 10 points aux **assureurs directs**, en particulier aux mutuelles sans intermédiaires. Ce retrait découle de l'essor de certains produits à taux garanti distribués principalement par le direct. La perte de 10 points de la bancassurance est également liée à la contraction des primes des contrats liés à des fonds d'investissement, entre 2000 et 2003, résultant des mauvais résultats boursiers.

3.4.1.1 Vie individuelle : contrats à taux garanti (branche 21)

La taxe de 1,1% sur la prime d'assurance a interrompu la croissance de l'assurance vie individuelle "branche 21". En 2006, l'encaissement retombe à 11,8 milliards d'euros contre 14,4 milliards en 2005, soit une baisse de 18,1%.

L'évolution négative des encaissements varie en fonction du canal de distribution. Par rapport à 2005, les primes des réseaux non exclusifs, des réseaux exclusifs, de la bancassurance et du direct ont baissé respectivement de 8,8% (- 393 millions d'euros), 5,2% (-35 millions d'euros), 13,8% (-877 millions d'euros) et 44,2% (-1,3 milliard d'euros).

Evolution des encaissements vie individuelle br. 21 selon les principaux modes de distribution (en milliards d'euros)



Les **réseaux non exclusifs** et la **bancassurance** renforcent leur position au détriment de la distribution directe et continuent de constituer les principaux canaux de distribution en assurance vie individuelle "branche 21" : en 2006, ils atteignent une part de marché de respectivement 34,6% et 46,2%.

Par rapport aux résultats de 2005, ce sont principalement les courtiers classiques qui affichent une hausse relative de leur part de marché (21,7% de parts de marché en 2006 contre 19,7% en 2005). L'assurfinance enregistre également une légère progression de 1,3 point en 2006 pour représenter 12,5% de l'activité.

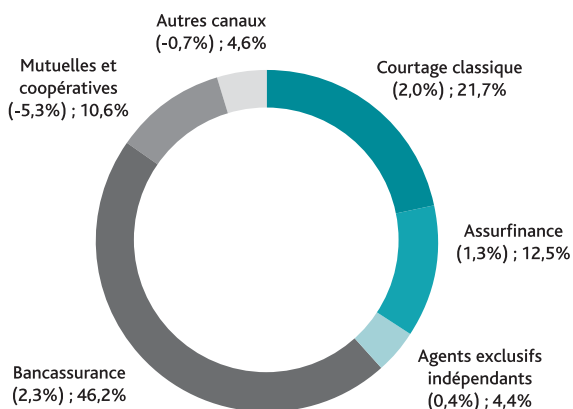
Les **assureurs directs** ont enregistré la perte de terrain la plus importante. Leur position relative a diminué en 2006 de 6,5 points et n'obtient plus qu'une part de 13,9%.

La perte, tant nominale que relative, est la plus importante pour les **mutuelles et les coopératives** dont le volume des primes a baissé quasiment de moitié (1,3 milliard d'euros en 2006 contre 2,3 milliards d'euros en 2005).

Le commerce électronique connaît également un solide repli en 2006 (perte d'encaissement de 37%) et représente ainsi une part de marché de 2,7% (contre 3,4% en 2005). Le score réalisé par le commerce électronique se situe ainsi encore largement en deçà des taux enregistrés dans d'autres pays européens, tels la Grande-Bretagne ou les Pays-Bas, où les assurés témoignent d'une plus grande confiance vis-à-vis d'Internet pour la conclusion de contrats d'assurance et, plus généralement, d'opérations financières.

L'épargne-pension reste dominée en 2006 par la bancassurance (33,1% de parts de marché) et les réseaux non exclusifs (33,6% de parts de marché). Les agents indépendants continuent de suivre de près en prenant à leur compte 23,9% de l'encaissement de cette activité.

Répartition de l'encaissement en vie individuelle br. 21 par canal en 2006 (Evolution par rapport à 2005)



Quatre phases peuvent être distinguées pour la période 1995 à 2006.

De 1995 à 1998, les primes vie individuelle de la branche 21 ont crû à un rythme moyen d'environ 20% l'an et ont été caractérisées par une hausse de la part de marché de la **bancassurance**, aux dépens des **réseaux d'intermédiaires exclusifs** ou **non**.

De 1998 à 2000, le mouvement s'inverse, à la suite d'un repli de l'encaissement de l'ordre de 10% l'an. Celui-ci s'est traduit par une diminution sensible du poids relatif de la bancassurance, au profit des deux réseaux d'intermédiaires.

De 2000 à 2005, ces activités bénéficient d'une explosion de leur chiffre d'affaires, avec des taux de croissance annuels dépassant certaines années les 30%.

Cet afflux massif d'affaires a profité à tous les réseaux de distribution en termes absolus, mais exclusivement à la bancassurance et au **direct** en termes relatifs, sur toute la période à l'exception de 2005.

Cette croissance explosive a fait place en 2006 à un sévère recul (perte d'encaissement de 18%) qui, en termes relatifs, a surtout touché le **direct**.

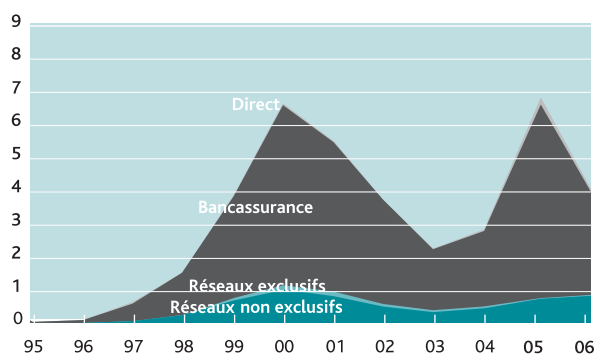
3.4.1.2 Vie individuelle : contrats liés à des fonds d'investissement (branche 23)

L'impact de l'introduction de la taxe de 1,1% est le plus important pour le marché des produits liés à des fonds d'investissement. Le recul du volume des primes en 2006 de 36,8% tranche singulièrement avec la forte croissance encore enregistrée en 2005 (+ 124,0%).

Le graphique ci-dessous qui retrace l'évolution des encaissements sur longue période, montre que c'est surtout la bancassurance et les réseaux directs qui sont touchés : par rapport à 2005, les primes de ces canaux diminuent respectivement de 43,9% (-2,4 milliards d'euros) et de 35,8% (-78,5 millions d'euros). Les réseaux non exclusifs et exclusifs restent épargnés par l'évolution négative en enregistrant une croissance en 2006 de respectivement 20,4% (+ 130,5 millions d'euros) et de 63,4% (+ 13,0 millions d'euros).

Malgré les évolutions négatives, la **bancassurance** demeure avec 76,4% le canal de distribution prédominant pour la branche 23, mais la part de marché est près de dix

Evolution des encaissements vie individuelle
br. 23 selon les principaux modes de distribution
(en milliards d'euros)



points inférieure à celle de 2005.

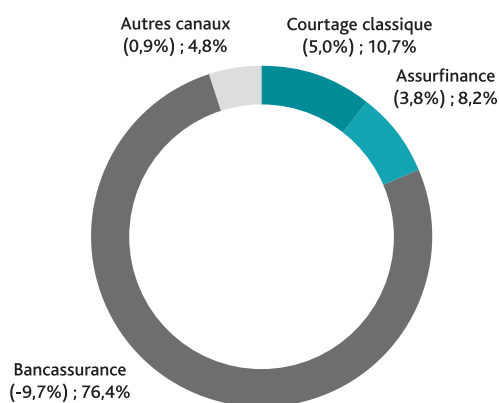
Les **réseaux non exclusifs** représentent 19,3% des primes en 2006 contre 10,1% en 2005 et confortent ainsi leur deuxième place après la bancassurance. Cette croissance est à mettre avant tout sur le compte du courtage classique qui double sa part de marché (10,7% en 2006 contre 5,6% en 2005). La croissance de l'assurfinance (+ 3,8 points) a également contribué à la progression des réseaux non exclusifs (8,2% en 2006 contre 4,4% en 2005).

Les **réseaux exclusifs en assurance** et les **réseaux directs** se partagent les 4,3% restants et enregistrent un résultat légèrement supérieur à celui de 2005. Les agents qui présentaient encore une diminution importante de 1,8 point en 2005, affichent une hausse de 0,5 point en 2006.

De 1995 à 2005, la part de marché de la bancassurance en branche 23 a oscillé entre 80 et 90%. Durant cette période, elle a pu pleinement profiter du succès des produits liés à des fonds d'investissement entre 1998 et 2000 et en 2005, malgré le climat boursier défavorable entre 2001 et 2003. La hausse des encaissements en 2005 est également due aux volumes des primes importants enregistrés par un groupe d'assurances en 2005.

En 2006, la part de marché de la bancassurance s'effondre en perdant près de dix points pour atteindre son niveau le plus bas (76,4%) depuis 1995.

Répartition de l'encaissement en vie individuelle
br. 23 par canal en 2006
(Evolution par rapport à 2005)



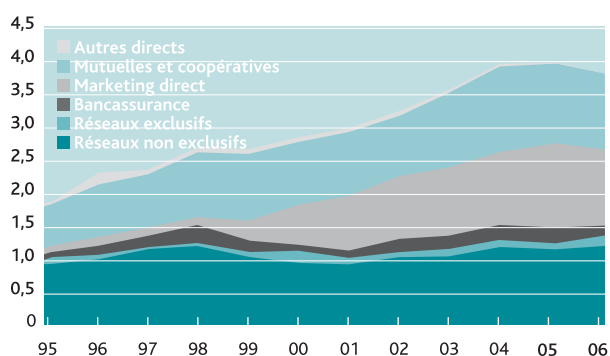
3.4.2 Vie groupe

L'assurance de groupe signe, en 2006, une nouvelle contre-performance en dépit des espoirs qu'avait fait naître la démocratisation des pensions complémentaires.

Le marché de l'assurance vie groupe (premier pilier inclus) présente, en 2006, un recul de quelque 120 millions d'euros (- 3,0%).

Le graphique ci-dessous qui retrace l'évolution des encaissements sur longue période montre que les encaissements des réseaux non exclusifs progressent de 10,6% (+ 123,6 millions d'euros), par rapport à 2005. Les deux autres canaux importants des assurances vie groupe,

Evolution des encaissements en vie groupe selon les
principaux modes de distribution (1er pilier inclus)
(en milliards d'euros)



la vente directe ainsi que les mutuelles et coopératives affichent respectivement une baisse d'encaissement de 5,7% (-72,8 millions d'euros) et de 5,2% (-63,2 millions d'euros).

Les réseaux exclusifs et les autres canaux directs sont des canaux de distribution moins importants pour les assurances vie groupe. Ces deux canaux enregistrent respectivement une progression de 54,8% (+ 55,3 millions d'euros) et un recul de 10,0% (- 1,8 million d'euros).

La baisse du volume des primes en bancassurance (- 160 millions d'euros, soit - 73,2%) s'explique par la fusion de deux acteurs importants, dont un assureur qui distribue ses produits par l'intermédiaire de courtiers indépendants et sous la forme d'employee benefits ainsi qu'un bancassureur.

Contrairement à la vie individuelle, le marché de la vie groupe (premier pilier inclus) est largement dominé, à raison de 61,4%, par la **distribution directe**.

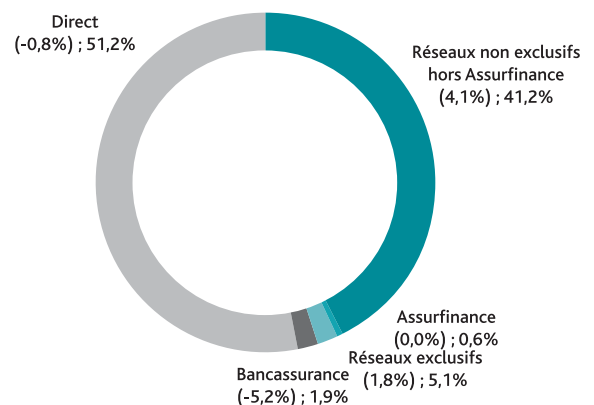
Dans le cadre de ce mode de distribution, **la vente et le marketing directs** connaissent en 2006 un léger recul pour représenter désormais 31,1% du volume des primes en vie groupe. Ils perdent ainsi leur leadership en tant que canal de distribution au profit des réseaux non exclusifs (33,1% de parts de marché) qui progressent de 4 points.

Les **réseaux non exclusifs hors assurance** réalisent 32,6% des encaissements (dont 8,9% pour les mega brokers). Les **agents d'assurances exclusifs indépendants** qui représentent en 2006 4,0% de l'activité, renforcent leur position par rapport à 2005.

La distribution des produits vie groupe par les autres modes de distribution ne présente pas de grand changement par rapport à 2005.

Les assurances du 1er pilier sont distribuées principalement par les canaux directs. Si l'on fait abstraction de cette activité, les assureurs directs conservent leur nette avance sur le marché de l'assurance vie groupe, mais leur part diminue pour s'établir à 51,2% du volume total des primes.

Répartition de l'encaissement en vie groupe en 2006 hors 1er pilier (Evolution par rapport à 2005)



Sur l'ensemble de la période 1995 à 2006, le marché de la vie collective a bénéficié d'une croissance annuelle moyenne de 6,8% l'an. Celle-ci a surtout profité aux **assureurs directs** (vente et marketing directs).

Il apparaît aussi que la croissance soutenue de la part de marché des **mutuelles et des coopératives** sur la période allant de 1995 à 1999 stagne depuis 2000 : de 2000 à 2006, leur part de marché a toujours oscillé autour des 30% du volume total des primes. Le **marketing et la vente directs** ont réalisé une croissance de 25,5 points sur la période allant de 1995 à 2006.

Alors que les encaissements des **réseaux non exclusifs** sont demeurés relativement stables tout au long de la période d'observation (toujours aux alentours de 1 milliard d'euros), leurs parts de marché n'ont cessé de décroître, passant de près de 50% en 1995 à 29,2% en 2005. En 2006, leurs parts de marché étant reparties à la hausse pour s'établir à 33,1%, ils représentent à nouveau le principal canal de distribution des assurances vie groupe.

La **bancassurance** qui, entre 1995 et 1998, a vu son poids relatif croître à raison de 6 points, n'a pas pu poursuivre sa progression ces dernières années, ce dont ont profité les réseaux de marketing et de vente directs. Ce mode de

distribution reposant essentiellement sur un réseau d'agences n'a pas pu tirer parti de la vie groupe, un secteur d'activité qui nécessite une approche plus spécifique de la clientèle des entreprises et des grands groupes.

3.4.3 Assurance vie : production des affaires nouvelles

L'impact de la taxe de 1,1% sur les assurances est évidemment tangible dans la production des affaires nouvelles. La perte de production s'élève à 35% pour les assurances individuelles de la branche 21 et à 40% pour les produits de la branche 23.

L'évolution des parts de marché des canaux de distribution pour la production des affaires nouvelles ressemble fortement à celle affichée pour le total des encaissements vie. En 2006 toutefois, quelques glissements semblent se produire.

La **bancassurance** continue de dominer la nouvelle production en assurance vie individuelle (53,8% de parts de marché en 2006). L'évolution de la production des bancassureurs tient, pour l'essentiel, aux nouvelles affaires liées à des contrats "prime unique" et aux produits de la branche 23.

Les **mutuelles et coopératives** (13,3%) qui occupaient encore la deuxième place en 2005, ont perdu du terrain en 2006 au profit du courtage classique (16,1%).

En assurance vie groupe, la **vente directe (BtoB)** réalise 45,2% des affaires nouvelles. Ce canal enregistre cependant un recul de 5 points par rapport à l'année précédente, au profit des **mutuelles et coopératives** dont la part relative a progressé pour représenter plus d'un quart des affaires nouvelles.

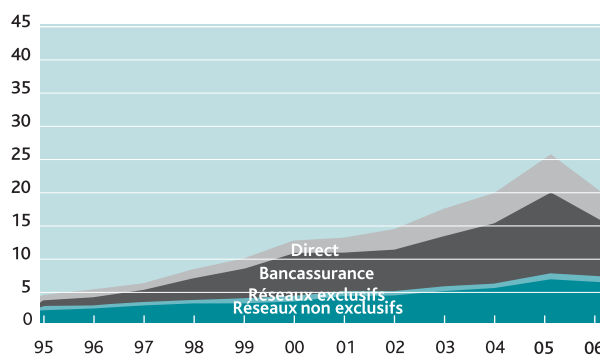
Les **courtiers** (18,5% de parts de marché) représentent le troisième plus grand canal pour la nouvelle production.

3.4.4 Ensemble des opérations vie

Les conséquences de la nouvelle taxe en assurance vie individuelle déterminent également la physionomie de l'ensemble du marché de l'assurance vie. Le volume des primes pour l'ensemble des opérations d'assurance vie a diminué d'un cinquième en 2006.¹

La perte par rapport à 2005 s'élève même à près de 30% pour la bancassurance (- 3,4 milliards d'euros) et à 26,6% pour la distribution directe (- 1,5 milliard d'euros). Les réseaux exclusifs représentent le seul canal de distribution qui est resté à l'abri de ces évolutions négatives et enregistrent en 2006 une progression de 4,2% (+ 33,4 millions d'euros).

Evolution des encaissements en assurance vie selon les principaux modes de distribution (en milliards d'euros)



Après la forte croissance en 2005, la **bancassurance** affiche en 2006 pour l'ensemble des opérations d'assurance vie un recul de 5 points. En détenant plus de 40% de l'encaissement vie, ce canal conserve sa position de leader dans la distribution des produits d'assurance vie, principalement en vie individuelle branche 23.

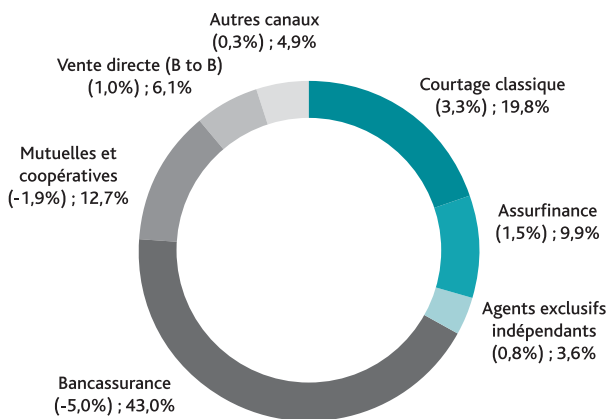
Les **réseaux non exclusifs hors assurance** consolident leur seconde position avec 22,0% de l'ensemble des primes, renouant ainsi avec le niveau de 2001.

¹ Les opérations de capitalisation en branche 26 n'ont pas été prises en compte dans le total du volume des primes étant donné que cette branche ne relève pas du domaine d'analyse de la présente étude.

Enfin, les **réseaux exclusifs** qui se sont inscrits en retrait pendant plusieurs années, affichent à nouveau une progression et représentent en 2006 4,1% de l'ensemble de l'activité.

Cette évolution se fait au détriment des **assureurs directs**. Leur part dans l'activité a continué de baisser pour s'établir à 21,0% de l'encaissement "vie".

Répartition de l'encaissement en vie par canal en 2006 (Evolution par rapport à 2005)



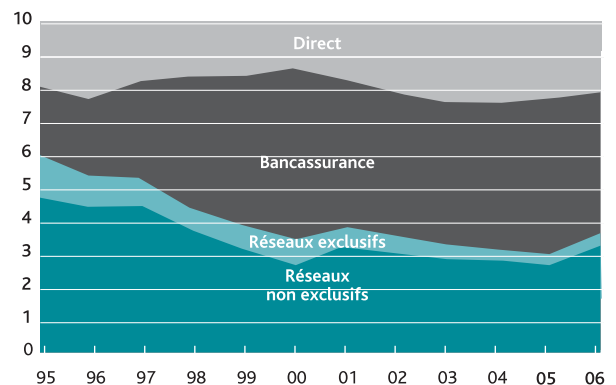
Par rapport aux résultats de 1995, les **réseaux d'intermédiaires exclusifs et non exclusifs** ont perdu respectivement 9,4 et 14,6 points de parts de marché, pour l'essentiel, au profit de la **bancassurance**. Celle-ci a surtout

bénéficié de l'essor des produits de la branche 23, au cours des exercices 1997 à 2000 et de celui de 2005.

Entre 2000 et 2003, la bancassurance a reculé de près de 10 points, principalement en faveur des **assureurs directs** et plus spécifiquement des mutuelles, qui ont largement profité de l'émergence des produits à taux garanti du type "compte d'assurance". Ce mouvement de repli s'explique également par la chute des encaissements de la branche 23 qui, en 2003, ne représentent plus qu'un tiers du montant observé en 2000.

La demande soutenue tant pour les produits à taux garanti que pour les produits en unités de compte en 2004 et 2005 se traduit par une augmentation des parts de marché de la bancassurance et, dans une moindre mesure, du canal direct.

Répartition des parts de marché en vie



4. Principales conclusions de l'enquête

Tout au long de la période d'observation, de 1995 à 2006, le marché de l'**assurance non-vie** reste marqué par la prépondérance des **réseaux d'intermédiation**, exclusifs ou non. Ensemble, ces réseaux continuent à détenir plus de trois-quarts des parts de marché des activités non-vie. Ce chiffre est néanmoins en repli par rapport au niveau de 84,5% observé en 1995.

La part de marché de la **bancassurance** y reste confinée en 2006 à 5,9%, alors que les **assureurs directs**, grâce à plusieurs années de croissance soutenue, totalisent une part de marché de près de 20%.

Le marché de l'**assurance vie** laisse apparaître des variations plus marquées, liées à la plus grande volatilité de ses encaissements au fil du temps. Les contrats individuels à taux garanti (branche 21), ceux liés à des fonds d'investissement (branche 23) et ceux de la vie groupe apparaissent dominés par des modes de distribution fortement différents :

- ▶ les **produits vie individuelle à taux garanti**, dont l'encaissement a explosé entre 2000 et 2005, sont principalement dominés par la **bancassurance**. Les **mutuelles sans intermédiaires** ont également profité de l'essor des opérations vie individuelle à taux garanti au cours de ces dernières années
- ▶ Les **assurances-vie liées à des fonds d'investissement** ont connu ces dernières années de grandes fluctuations.

Elles sont essentiellement distribuées par la **bancassurance**, qui totalise 76,4% de ce créneau en 2006. La bancassurance a principalement profité de la croissance de la demande pour ce type de contrats entre 1997 et 2000 ainsi qu'en 2005

- ▶ La **vie groupe** reste principalement le fer de lance des **assureurs directs**, des **réseaux non exclusifs** ainsi que des **mutuelles et coopératives** qui se situent tous pratiquement au même niveau (autour des 30% de parts de marché).

Il ressort des précédentes éditions de la présente enquête que les consommateurs ont des préférences différentes qui influent sur le choix de leur interlocuteur, selon les types de produits considérés. Les réseaux de **courtage** et d'**agents** ne dominent plus l'ensemble de la distribution des produits d'assurance mais restent toutefois de loin les canaux privilégiés des clients pour la conclusion de **contrats non-vie**, tandis que la **bancassurance** et le **direct** dominent les **activités d'assurance vie**.

En 2006, on observe une importante progression des réseaux non exclusifs au détriment de la bancassurance. En 2005, c'était le mouvement inverse. Cette évolution s'explique pour une grande part par la fusion de deux acteurs importants, en l'occurrence un assureur qui distribue ses produits par l'intermédiaire de courtiers indépendants et sous la forme d'employee benefits et bancassureur.

16 Ventilation des encaissements

Exercice 2006

Canaux de distribution (Analytique)

(En euros)	Ensemble des canaux	Réseaux non exclusifs		
		Courtiers, hors mega brokers + Guichets bancaires indép.	Mega brokers	Autres
ENCAISSEMENTS				
1. ACCIDENTS ET MALADIE	1 322 281 524	688 821 642	118 973 741	4 726 669
▶ Individuelle	529 060 218	376 925 716	17 827 137	884 232
▶ Collective	792 545 564	311 331 856	101 146 604	3 842 128
▶ Dépendance	675 737	532 541	0	309
2. AUTOMOBILES	3 033 503 233	1 722 401 780	126 829 621	14 180 869
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	1 940 975 252	1 075 162 531	199 082 705	3 461 230
▶ Habitations	1 177 001 861	683 005 640	24 098 847	562 718
▶ Autres risques simples	392 403 194	236 410 510	41 476 683	789 140
▶ Risques spéciaux	371 570 181	155 746 430	133 507 173	2 109 372
4. RESPONSABILITE CIVILE	687 152 150	352 317 330	122 006 377	3 375 278
▶ Vie privée	169 423 584	99 955 252	2 337 597	99 923
▶ Autres	517 728 551	252 362 152	119 668 779	3 275 355
5. TRANSPORT	217 631 748	71 378 391	89 253 549	46 389 572
6. AUTRES OPERATIONS IARD	720 040 546	329 342 619	59 962 505	65 031 953
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	1 083 412 004	498 399 422	259 418 726	2 340 379
8. VIE INDIVIDUELLE	16 046 868 686	5 001 669 689	52 037 012	16 606 319
▶ Court terme prime unique	172 865 329	24 094 802	4 100	0
▶ Epargne pension	726 310 311	236 492 702	1 111 345	0
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	456 855 078	161 728 676	1 727 675	0
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	1 110 411 290	436 476 253	2 456 041	0
▶ Autres opérations branche 21	9 524 676 720	3 178 885 327	39 272 828	0
▶ Branche 23	4 007 711 106	751 618 392	5 072 991	13 480 473
9. VIE GROUPE	3 887 430 985	931 222 539	344 664 216	11 643 422
▶ Primes fixées et flexibles	2 868 479 229	696 094 431	284 990 794	0
▶ Primes uniques	889 370 849	176 988 430	57 516 531	0
TOTAL NON-VIE	9 004 996 456	4 737 823 716	975 527 225	139 505 949
▶ Particuliers	5 508 076 393	3 159 093 082	231 055 706	80 760 004
▶ Entreprises	3 496 920 027	1 578 699 228	744 471 514	58 745 945
TOTAL VIE	19 934 299 671	5 932 892 228	396 701 228	28 249 740
TOTAL NON-VIE ET VIE	28 939 296 127	10 670 715 944	1 372 228 453	167 755 689
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES				
10. VIE INDIVIDUELLE	12 196 498 034	3 562 618 560	30 150 434	0
▶ Court terme prime unique	172 865 329	24 096 002	2 657	0
▶ Epargne pension	122 987 813	30 825 102	28 646	0
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	120 903 406	50 524 390	529 097	0
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	249 124 955	87 966 589	18 180	0
▶ Autres opérations indiv branche 21	7 877 169 281	2 692 956 437	28 255 022	0
▶ Branche 23	3 647 512 110	673 736 925	1 316 833	0
11. VIE GROUPE	943 524 313	172 939 011	33 271 048	0
▶ Primes fixées et flexibles	126 762 820	47 910 688	7 624 657	0
▶ Primes uniques	806 823 404	118 997 213	25 646 391	0

Réseaux exclusifs en assurance		Bancassurance :	Direct (sans intermédiaires)		
Agents d'assurance exclusifs salariés	Agents d'assurance exclusifs indépendants	Réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires	Mutuelles & coopératives	Vente et marketing direct + commerce électronique	Autres directs
5 738 746	68 300 833	108 574 839	167 757 207	145 087 317	14 299 491
5 299 241	36 615 553	37 331 627	31 780 783	16 889 694	5 506 235
427 273	31 651 808	71 200 345	135 973 418	128 178 870	8 793 255
3 339	33 471	42 867	3 006	18 753	0
13 644 892	324 446 002	165 886 502	408 157 024	142 721 503	115 235 041
4 062 311	230 925 144	203 313 272	159 924 963	46 236 402	18 806 685
1 691 358	143 116 250	198 557 113	89 423 177	28 191 181	8 355 577
1 915 705	66 124 909	3 031 726	26 352 691	10 626 419	5 675 413
455 198	21 683 985	1 724 433	44 149 095	7 418 802	4 775 694
4 465 949	54 087 179	25 289 008	95 146 434	25 112 184	5 352 407
1 249 905	22 982 793	23 550 061	12 601 586	5 745 231	901 237
3 215 968	31 104 386	1 738 946	82 544 848	19 366 953	4 451 170
49 956	1 153 052	28 674	4 116 447	5 504 893	-242 788
6 715 226	47 985 997	25 103 904	63 718 344	103 541 680	18 638 323
1 217 063	64 631 337	1 609 661	223 429 368	30 312 464	2 053 587
109 586 814	555 124 995	8 512 143 091	1 370 212 260	339 204 486	90 284 012
1 775 051	352 242	142 632 522	548 910	3 229 463	228 240
18 188 416	169 372 303	234 193 816	30 332 592	884 720	17 108 702
940 073	17 792 715	247 117 790	11 254 664	282 554	708 323
22 166 240	137 818 425	431 838 200	53 169 478	846 199	16 541 523
65 763 382	196 946 166	4 402 062 330	1 161 479 435	291 620 618	53 458 095
753 653	32 843 144	3 051 397 077	113 427 180	25 202 307	2 239 129
1 583 103	154 640 080	58 448 183	1 159 139 654	1 210 013 204	16 076 585
0	117 745 457	45 106 040	893 856 795	792 490 851	14 398 068
0	36 651 975	13 342 143	222 736 449	374 777 467	1 678 517
35 894 143	791 529 544	529 805 859	1 122 249 787	498 516 443	174 142 745
23 537 680	575 180 066	450 472 074	605 683 920	233 616 003	148 636 414
12 347 444	216 349 478	79 333 785	516 565 867	264 900 440	25 506 332
111 169 917	709 765 075	8 570 591 274	2 529 351 914	1 549 217 690	106 360 597
147 064 061	1 501 294 619	9 100 397 133	3 651 601 701	2 047 734 133	280 503 342
12 699 803	214 988 573	6 485 138 819	1 598 995 746	98 412 087	48 182 704
1 775 051	403 811	142 581 760	548 910	3 229 464	227 674
3 265 287	26 692 756	37 673 472	21 371 938	47 730	397 674
76 105	2 044 057	61 457 091	2 711 759	28 545	126 042
2 689 010	9 764 729	116 125 190	30 650 051	46 055	278 370
4 851 585	150 730 348	3 302 445 646	1 431 628 626	92 333 675	46 839 121
42 767	25 352 871	2 824 160 256	112 084 462	0	313 823
139 393	48 914 827	18 623 953	235 500 338	425 124 553	1 940 053
0	11 900 752	5 281 809	12 960 316	36 892 339	311 418
0	36 992 710	13 342 143	218 793 801	388 232 214	1 628 635

18 Ventilation des parts de marchés

Exercice 2006

Canaux de distribution (Analytique)

(En %)	Ensemble des canaux	Réseaux non exclusifs		
		Courtiers, hors mega brokers + Guichets bancaires indép.	Mega brokers	Autres
ENCAISSEMENTS				
1. ACCIDENTS ET MALADIE	100%	52,1%	9,0%	0,4%
▶ Individuelle	100%	71,2%	3,4%	0,2%
▶ Collective	100%	39,3%	12,8%	0,5%
▶ Dépendance	100%	84,0%	0,0%	0,0%
2. AUTOMOBILES	100%	56,8%	4,2%	0,5%
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	100%	55,4%	10,3%	0,2%
▶ Habitations	100%	58,0%	2,0%	0,0%
▶ Autres risques simples	100%	60,2%	10,6%	0,2%
▶ Risques spéciaux	100%	41,9%	35,9%	0,6%
4. RESPONSABILITE CIVILE	100%	51,3%	17,8%	0,5%
▶ Vie privée	100%	59,0%	1,4%	0,1%
▶ Autres	100%	48,7%	23,1%	0,6%
5. TRANSPORT	100%	32,8%	41,0%	21,3%
6. AUTRES OPERATIONS IARD	100%	45,7%	8,3%	9,0%
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	100%	46,0%	23,9%	0,2%
8. VIE INDIVIDUELLE	100%	31,2%	0,3%	0,1%
▶ Court terme prime unique	100%	13,9%	0,0%	0,0%
▶ Epargne pension	100%	33,4%	0,2%	0,0%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	36,6%	0,4%	0,0%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	39,6%	0,2%	0,0%
▶ Autres opérations branche 21	100%	33,9%	0,4%	0,0%
▶ Branche 23	100%	18,8%	0,1%	0,3%
9. VIE GROUPE	100%	24,0%	8,9%	0,3%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	24,5%	10,0%	0,0%
▶ Primes uniques	100%	20,0%	6,5%	0,0%
TOTAL NON-VIE	100%	52,6%	10,8%	1,5%
▶ Particuliers	100%	57,4%	4,2%	1,5%
▶ Entreprises	100%	45,1%	21,3%	1,7%
TOTAL VIE	100%	29,8%	2,0%	0,1%
TOTAL NON-VIE ET VIE	100%	36,9%	4,7%	0,6%
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES				
10. VIE INDIVIDUELLE	100%	29,6%	0,3%	0,0%
▶ Court terme prime unique	100%	13,9%	0,0%	0,0%
▶ Epargne pension	100%	25,6%	0,0%	0,0%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	43,0%	0,5%	0,0%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	35,5%	0,0%	0,0%
▶ Autres opérations indiv branche 21	100%	34,7%	0,4%	0,0%
▶ Branche 23	100%	18,5%	0,0%	0,0%
11. VIE GROUPE	100%	18,5%	3,6%	0,0%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	39,0%	6,2%	0,0%
▶ Primes uniques	100%	14,8%	3,2%	0,0%

Réseaux exclusifs en assurance		Bancassurance : Réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires	Direct (sans intermédiaires)		
Agents d'assurance exclusifs salariés	Agents d'assurance exclusifs indépendants		Mutuelles & coopératives	Vente et mar- keting direct + commerce électronique	Autres directs
0,4%	5,2%	8,2%	12,7%	11,0%	1,1%
1,0%	6,9%	7,1%	6,0%	3,2%	1,0%
0,1%	4,0%	9,0%	17,2%	16,2%	1,1%
0,5%	5,3%	6,8%	0,5%	3,0%	0,0%
0,4%	10,7%	5,5%	13,5%	4,7%	3,8%
0,2%	11,9%	10,5%	8,2%	2,4%	1,0%
0,1%	12,2%	16,9%	7,6%	2,4%	0,7%
0,5%	16,9%	0,8%	6,7%	2,7%	1,4%
0,1%	5,8%	0,5%	11,9%	2,0%	1,3%
0,6%	7,9%	3,7%	13,8%	3,7%	0,8%
0,7%	13,6%	13,9%	7,4%	3,4%	0,5%
0,6%	6,0%	0,3%	15,9%	3,7%	0,9%
0,0%	0,5%	0,0%	1,9%	2,5%	-0,1%
0,9%	6,7%	3,5%	8,8%	14,4%	2,6%
0,1%	6,0%	0,1%	20,6%	2,8%	0,2%
0,7%	3,5%	53,0%	8,5%	2,1%	0,6%
1,0%	0,2%	82,5%	0,3%	1,9%	0,1%
2,6%	23,9%	33,1%	4,3%	0,1%	2,4%
0,2%	4,0%	56,0%	2,5%	0,1%	0,2%
2,0%	12,5%	39,2%	4,8%	0,1%	1,5%
0,7%	2,1%	46,9%	12,4%	3,1%	0,6%
0,0%	0,8%	76,4%	2,8%	0,6%	0,1%
0,0%	4,0%	1,5%	29,8%	31,1%	0,4%
0,0%	4,1%	1,6%	31,4%	27,9%	0,5%
0,0%	4,1%	1,5%	25,2%	42,4%	0,2%
0,4%	8,8%	5,9%	12,5%	5,5%	1,9%
0,4%	10,4%	8,2%	11,0%	4,2%	2,7%
0,4%	6,2%	2,3%	14,8%	7,6%	0,7%
0,6%	3,6%	43,0%	12,7%	7,8%	0,5%
0,5%	5,2%	31,4%	12,6%	7,1%	1,0%
0,1%	1,8%	53,8%	13,3%	0,8%	0,4%
1,0%	0,2%	82,5%	0,3%	1,9%	0,1%
2,7%	22,2%	31,3%	17,8%	0,0%	0,3%
0,1%	1,7%	52,3%	2,3%	0,0%	0,1%
1,1%	3,9%	46,9%	12,4%	0,0%	0,1%
0,1%	1,9%	42,6%	18,5%	1,2%	0,6%
0,0%	0,7%	77,7%	3,1%	0,0%	0,0%
0,0%	5,2%	2,0%	25,1%	45,4%	0,2%
0,0%	9,7%	4,3%	10,5%	30,0%	0,3%
0,0%	4,6%	1,7%	27,2%	48,3%	0,2%

20 Ventilation des encaissements

Exercice 2005

Canaux de distribution (Analytique)

(En euros)	Ensemble des canaux	Réseaux non exclusifs		
		Courtiers, hors mega brokers + Guichets bancaires indép.	Mega brokers	Autres
ENCAISSEMENTS				
1. ACCIDENTS ET MALADIE	1 238 458 393	634 488 638	117 315 520	3 785 858
▶ Individuelle	479 924 863	348 486 979	21 278 248	284 489
▶ Collective	757 869 374	285 445 808	96 037 271	3 501 370
▶ Dépendance	664 154	520 941	0	0
2. AUTOMOBILES	2 982 736 837	1 712 375 772	131 302 412	13 374 430
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	1 813 243 132	988 285 954	198 209 650	8 391 085
▶ Habitations	1 075 210 847	620 327 529	23 876 946	509 134
▶ Autres risques simples	369 624 260	220 417 104	37 167 821	733 256
▶ Risques spéciaux	368 408 019	147 541 378	137 164 880	7 148 695
4. RESPONSABILITE CIVILE	646 998 814	339 755 749	113 854 870	3 216 478
▶ Vie privée	163 890 551	96 776 856	2 554 569	96 037
▶ Autres	483 108 260	242 978 977	111 300 300	3 120 441
5. TRANSPORT	204 164 164	72 096 166	81 987 830	37 431 781
6. AUTRES OPERATIONS IARD	708 719 796	315 732 050	60 271 769	71 466 819
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	1 058 761 161	484 537 122	258 325 497	2 023 335
8. VIE INDIVIDUELLE	21 015 424 324	5 330 977 537	33 601 446	9 823 895
▶ Court terme prime unique	106 886 677	21 544 845	27 195	0
▶ Epargne pension	661 575 496	198 751 192	1 069 281	0
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	420 125 302	151 670 321	1 572 617	0
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	1 086 184 002	412 997 164	2 870 903	0
▶ Autres opérations branche 21	12 355 851 655	3 661 562 582	23 478 461	0
▶ Branche 23	6 336 258 585	631 969 259	1 688 145	6 040 989
9. VIE GROUPE	4 006 244 790	904 407 713	250 278 768	9 208 955
▶ Primes fixées et flexibles	2 785 496 459	695 015 768	194 309 419	0
▶ Primes uniques	927 113 463	154 702 534	54 263 431	0
TOTAL NON-VIE	8 653 082 297	4 547 271 450	961 267 547	139 689 786
▶ Particuliers	5 293 002 257	3 049 880 851	239 283 943	85 730 908
▶ Entreprises	3 360 080 027	1 497 355 830	721 983 599	53 958 877
TOTAL VIE	25 021 669 114	6 235 385 250	283 880 215	19 032 850
TOTAL NON-VIE ET VIE	33 674 751 411	10 782 656 701	1 245 147 761	158 722 636
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES				
10. VIE INDIVIDUELLE	18 782 753 537	3 862 282 951	21 488 276	0
▶ Court terme prime unique	106 884 495	21 562 497	13 564	0
▶ Epargne pension	124 270 923	30 025 627	60 212	0
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	117 781 359	41 875 122	476 470	0
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	215 528 497	74 527 818	56 119	0
▶ Autres opérations indiv branche 21	12 158 636 306	3 139 158 038	19 554 587	0
▶ Branche 23	6 046 587 620	547 711 141	1 327 325	0
11. VIE GROUPE	1 104 461 634	184 853 493	36 415 843	0
▶ Primes fixées et flexibles	161 204 639	69 995 134	8 745 088	0
▶ Primes uniques	904 004 169	109 172 289	27 670 755	0

Réseaux exclusifs en assurance		Bancassurance :			
Agents d'assurance exclusifs salariés	Agents d'assurance exclusifs indépendants	Réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires	Direct (sans intermédiaires)		
			Mutuelles & coopératives	Vente et marketing direct + commerce électronique	Autres directs
4 817 699	67 790 512	109 649 094	170 976 466	117 067 612	12 566 996
4 290 582	37 672 085	23 609 419	24 478 993	14 482 610	5 341 459
514 664	30 081 946	85 998 795	146 494 519	102 569 465	7 225 537
2 606	36 481	40 880	2 954	15 537	0
24 750 744	341 862 329	156 081 409	412 030 046	90 193 546	100 766 149
19 302 116	234 399 435	179 983 687	145 372 678	21 290 944	18 007 579
17 239 202	149 396 943	166 337 310	79 842 904	11 207 061	6 473 817
1 928 516	58 665 646	11 939 790	25 007 984	5 903 493	7 860 651
134 342	26 336 846	1 706 588	40 521 790	4 180 390	3 673 110
5 347 843	55 930 589	22 837 236	84 181 893	17 008 461	4 865 694
3 506 997	25 268 339	20 970 091	11 907 663	1 926 063	883 938
1 840 762	30 662 249	1 867 145	72 274 230	15 082 398	3 981 757
9 009	1 267 436	37	4 128 159	4 451 545	776 707
3 848 389	48 423 452	27 356 233	59 452 999	100 522 318	21 645 780
2 325 825	59 836 817	1 453 830	224 573 538	23 361 098	2 324 099
87 907 344	598 726 371	11 778 079 669	2 440 018 677	632 158 737	104 130 649
540 818	2 219 361	76 457 875	5 959 727	60 109	76 746
15 797 353	166 511 113	222 174 224	26 304 523	865 541	14 936 613
1 014 341	26 876 179	211 370 011	13 867 107	354 843	731 197
47 561 010	154 242 070	386 432 484	52 716 319	1 439 507	16 681 346
22 672 379	228 640 919	5 438 824 743	2 198 487 389	590 117 387	17 679 649
319 921	20 236 729	5 440 281 035	142 683 612	22 671 039	54 025 098
1 543 561	99 393 150	218 372 835	1 222 336 873	1 282 836 961	17 865 975
0	74 363 948	33 891 431	955 942 720	796 537 913	14 929 592
0	24 792 615	13 902 057	224 910 455	447 499 048	2 936 384
60 401 625	809 510 570	497 361 525	1 100 715 779	373 895 525	160 953 004
53 638 520	602 659 630	388 096 583	587 715 559	150 840 381	135 111 143
6 753 118	206 850 940	109 264 942	513 000 220	223 055 144	25 841 861
89 450 905	698 119 521	11 996 452 504	3 662 355 550	1 914 995 698	121 996 624
149 852 529	1 507 630 091	12 493 814 030	4 763 071 329	2 288 891 223	282 949 629
24 242 560	219 483 076	10 421 936 603	3 557 703 802	410 637 135	86 642 228
540 818	2 216 188	76 455 345	5 959 727	60 017	76 340
2 846 563	23 287 996	43 960 323	21 194 458	114 474	367 930
71 869	2 132 665	65 323 983	4 740 353	42 508	111 684
2 066 248	10 583 731	96 331 367	29 968 381	16 343	242 842
18 392 432	161 753 959	4 890 476 171	3 350 090 984	404 762 165	18 466 420
324 630	19 508 537	5 249 389 414	145 749 899	0	67 377 013
118 736	37 298 565	48 296 139	231 992 231	550 397 319	3 854 227
0	12 480 512	2 855 674	11 960 013	47 164 501	875 574
0	24 799 854	15 201 722	216 841 140	503 232 818	2 978 653

22 Ventilation des parts de marchés

Exercice 2005

Canaux de distribution (Analytique)

(En %)	Ensemble des canaux	Réseaux non exclusifs		
		Courtiers, hors mega brokers + Guichets bancaires indép.	Mega brokers	Autres
ENCAISSEMENTS				
1. ACCIDENTS ET MALADIE	100%	51,2%	9,5%	0,3%
▶ Individuelle	100%	72,6%	4,4%	0,1%
▶ Collective	100%	37,7%	12,7%	0,5%
▶ Dépendance	100%	84,1%	0,0%	0,0%
2. AUTOMOBILES	100%	57,4%	4,4%	0,4%
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	100%	54,5%	10,9%	0,5%
▶ Habitations	100%	57,7%	2,2%	0,0%
▶ Autres risques simples	100%	59,6%	10,1%	0,2%
▶ Risques spéciaux	100%	40,0%	37,2%	1,9%
4. RESPONSABILITE CIVILE	100%	52,5%	17,6%	0,5%
▶ Vie privée	100%	59,0%	1,6%	0,1%
▶ Autres	100%	50,3%	23,0%	0,6%
5. TRANSPORT	100%	35,7%	40,6%	18,5%
6. AUTRES OPERATIONS IARD	100%	44,5%	8,5%	10,1%
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	100%	45,8%	24,4%	0,2%
8. VIE INDIVIDUELLE	100%	25,4%	0,2%	0,0%
▶ Court terme prime unique	100%	20,2%	0,0%	0,0%
▶ Epargne pension	100%	30,7%	0,2%	0,0%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	37,2%	0,4%	0,0%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	38,4%	0,3%	0,0%
▶ Autres opérations branche 21	100%	30,1%	0,2%	0,0%
▶ Branche 23	100%	10,0%	0,0%	0,1%
9. VIE GROUPE	100%	22,6%	6,2%	0,2%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	25,1%	7,0%	0,0%
▶ Primes uniques	100%	16,8%	5,9%	0,0%
TOTAL NON-VIE	100%	52,6%	11,1%	1,6%
▶ Particuliers	100%	57,6%	4,5%	1,6%
▶ Entreprises	100%	44,6%	21,5%	1,6%
TOTAL VIE	100%	24,9%	1,1%	0,1%
TOTAL NON-VIE ET VIE	100%	32,0%	3,7%	0,5%
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES				
10. VIE INDIVIDUELLE	100%	20,8%	0,1%	0,0%
▶ Court terme prime unique	100%	20,2%	0,0%	0,0%
▶ Epargne pension	100%	24,6%	0,0%	0,0%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	36,5%	0,4%	0,0%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	34,9%	0,0%	0,0%
▶ Autres opérations indiv branche 21	100%	26,2%	0,2%	0,0%
▶ Branche 23	100%	9,1%	0,0%	0,0%
11. VIE GROUPE	100%	16,9%	3,3%	0,0%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	45,4%	5,7%	0,0%
▶ Primes uniques	100%	12,1%	3,1%	0,0%

Réseaux exclusifs en assurance		Bancassurance : Réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires	Direct (sans intermédiaires)		
Agents d'assurance exclusifs salariés	Agents d'assurance exclusifs indépendants		Mutuelles & coopératives	Vente et mar- keting direct + commerce électronique	Autres directs
0,4%	5,5%	8,9%	13,8%	9,5%	1,0%
0,9%	7,8%	4,9%	5,1%	3,0%	1,1%
0,1%	4,0%	11,3%	19,3%	13,5%	1,0%
0,4%	5,9%	6,6%	0,5%	2,5%	0,0%
0,8%	11,5%	5,2%	13,8%	3,0%	3,4%
1,1%	12,9%	9,9%	8,0%	1,2%	1,0%
1,6%	13,9%	15,5%	7,4%	1,0%	0,6%
0,5%	15,9%	3,2%	6,8%	1,6%	2,1%
0,0%	7,1%	0,5%	11,0%	1,1%	1,0%
0,8%	8,6%	3,5%	13,0%	2,6%	0,8%
2,1%	15,4%	12,8%	7,3%	1,2%	0,5%
0,4%	6,3%	0,4%	15,0%	3,1%	0,8%
0,0%	0,6%	0,0%	2,0%	2,2%	0,4%
0,5%	6,8%	3,9%	8,4%	14,2%	3,1%
0,2%	5,7%	0,1%	21,2%	2,2%	0,2%
0,4%	2,8%	56,0%	11,6%	3,0%	0,5%
0,5%	2,1%	71,5%	5,6%	0,1%	0,1%
2,4%	25,8%	34,4%	4,1%	0,1%	2,3%
0,2%	6,6%	51,9%	3,4%	0,1%	0,2%
4,4%	14,3%	35,9%	4,9%	0,1%	1,6%
0,2%	1,9%	44,6%	18,0%	4,8%	0,1%
0,0%	0,3%	86,1%	2,3%	0,4%	0,9%
0,0%	2,5%	5,5%	30,5%	32,0%	0,4%
0,0%	2,7%	1,2%	34,6%	28,8%	0,5%
0,0%	2,7%	1,5%	24,4%	48,5%	0,3%
0,7%	9,4%	5,7%	12,7%	4,3%	1,9%
1,0%	11,4%	7,3%	11,1%	2,8%	2,6%
0,2%	6,2%	3,3%	15,3%	6,6%	0,8%
0,4%	2,8%	47,9%	14,6%	7,7%	0,5%
0,4%	4,5%	37,1%	14,1%	6,8%	0,8%
0,1%	1,2%	56,0%	19,1%	2,2%	0,5%
0,5%	2,1%	71,5%	5,6%	0,1%	0,1%
2,3%	19,1%	36,1%	17,4%	0,1%	0,3%
0,1%	1,9%	56,9%	4,1%	0,0%	0,1%
1,0%	5,0%	45,1%	14,0%	0,0%	0,1%
0,2%	1,3%	40,7%	27,9%	3,4%	0,2%
0,0%	0,3%	87,0%	2,4%	0,0%	1,1%
0,0%	3,4%	4,4%	21,2%	50,3%	0,4%
0,0%	8,1%	1,9%	7,8%	30,6%	0,6%
0,0%	2,8%	1,7%	24,1%	55,9%	0,3%

24 Ventilation des encaissements

Exercice 2006

Canaux de distribution (Synthétique)

	Ensemble des canaux	A. Réseaux non exclusifs en assurance	B. Réseaux exclusifs en assurance sans activités bancaires	C. Bancassurance: réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires	D. Direct (sans intermédiaires)
(En euros)					
ENCAISSEMENTS					
1. ACCIDENTS ET MALADIE	1 322 281 524	812 522 051	74 039 578	108 574 839	327 144 014
▶ Individuelle	529 060 218	395 637 085	41 914 794	37 331 627	54 176 712
▶ Collective	792 545 564	416 320 587	32 079 082	71 200 345	272 945 543
▶ Dépendance	675 737	532 850	36 810	42 867	21 759
2. AUTOMOBILES	3 033 503 233	1 863 412 270	338 090 894	165 886 502	666 113 568
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	1 940 975 252	1 277 706 466	234 987 455	203 313 272	224 968 050
▶ Habitations	1 177 001 861	707 667 205	144 807 608	198 557 113	125 969 935
▶ Autres risques simples	392 403 194	278 676 333	68 040 614	3 031 726	42 654 523
▶ Risques spéciaux	371 570 181	291 362 975	22 139 182	1 724 433	56 343 592
4. RESPONSABILITE CIVILE	687 152 150	477 698 986	58 553 128	25 289 008	125 611 026
▶ Vie privée	169 423 584	102 392 772	24 232 697	23 550 061	19 248 054
▶ Autres	517 728 551	375 306 286	34 320 354	1 738 946	106 362 972
5. TRANSPORT	217 631 748	207 021 513	1 203 009	28 674	9 378 552
6. AUTRES OPERATIONS IARD	720 040 546	454 337 077	54 701 223	25 103 904	185 898 346
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	1 083 412 004	760 158 527	65 848 400	1 609 661	255 795 418
8. VIE INDIVIDUELLE	16 046 868 686	5 070 313 020	664 711 809	8 512 143 091	1 799 700 758
▶ Court terme prime unique	172 865 329	24 098 902	2 127 292	142 632 522	4 006 613
▶ Epargne pension	726 310 311	237 604 047	187 560 719	234 193 816	48 326 014
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	456 855 078	163 456 351	18 732 788	247 117 790	12 245 541
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	1 110 411 290	438 932 294	159 984 665	431 838 200	70 557 200
▶ Autres opérations branche 21	9 524 676 720	3 218 158 155	262 709 548	4 402 062 330	1 506 558 148
▶ Branche 23	4 007 711 106	770 171 856	33 596 797	3 051 397 077	140 868 615
9. VIE GROUPE	3 887 430 985	1 287 530 176	156 223 183	58 448 183	2 385 229 442
▶ Primes fixées et flexibles	2 868 479 229	981 085 225	117 745 457	45 106 040	1 700 745 714
▶ Primes uniques	889 370 849	234 504 960	36 651 975	13 342 143	599 192 432
TOTAL NON-VIE	9 004 996 456	5 852 856 889	827 423 687	529 805 859	1 794 908 975
▶ Particuliers	5 508 076 393	3 470 908 792	598 717 746	450 472 074	987 936 337
▶ Entreprises	3 496 920 027	2 381 916 687	228 696 922	79 333 785	806 972 638
TOTAL VIE	19 934 299 671	6 357 843 197	820 934 992	8 570 591 274	4 184 930 200
TOTAL NON-VIE ET VIE	28 939 296 127	12 210 700 086	1 648 358 679	9 100 397 133	5 979 839 175
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES	12 196 498 034	3 592 768 994	227 688 376	6 485 138 819	1 745 590 536
10. VIE INDIVIDUELLE	172 865 329	24 098 659	2 178 862	142 581 760	4 006 048
▶ Court terme prime unique	122 987 813	30 853 749	29 958 043	37 673 472	21 817 342
▶ Epargne pension	120 903 406	51 053 487	2 120 162	61 457 091	2 866 346
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	249 124 955	87 984 769	12 453 739	116 125 190	30 974 476
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	7 877 169 281	2 721 211 458	155 581 933	3 302 445 646	1 570 801 422
▶ Autres opérations indiv branche 21	3 647 512 110	675 053 757	25 395 638	2 824 160 256	112 398 285
▶ Branche 23	943 524 313	206 210 059	49 054 220	18 623 953	662 564 944
11. VIE GROUPE	126 762 820	55 535 346	11 900 752	5 281 809	50 164 073
▶ Primes fixées et flexibles	806 823 404	144 643 604	36 992 710	13 342 143	608 654 650

(En %)	Ensemble des canaux	A. Réseaux non exclusifs en assurance	B. Réseaux exclusifs en assurance sans activités bancaires	C. Bancassurance: réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires	D. Direct (sans intermédiaires)
ENCAISSEMENTS					
1. ACCIDENTS ET MALADIE	100%	61,4%	5,6%	8,2%	24,7%
▶ Individuelle	100%	74,8%	7,9%	7,1%	10,2%
▶ Collective	100%	52,5%	4,0%	9,0%	34,4%
▶ Dépendance	100%	84,0%	5,8%	6,8%	3,4%
2. AUTOMOBILES	100%	61,4%	11,1%	5,5%	22,0%
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	100%	65,8%	12,1%	10,5%	11,6%
▶ Habitations	100%	60,1%	12,3%	16,9%	10,7%
▶ Autres risques simples	100%	71,0%	17,3%	0,8%	10,9%
▶ Risques spéciaux	100%	78,4%	6,0%	0,5%	15,2%
4. RESPONSABILITE CIVILE	100%	69,5%	8,5%	3,7%	18,3%
▶ Vie privée	100%	60,4%	14,3%	13,9%	11,4%
▶ Autres	100%	72,5%	6,6%	0,3%	20,5%
5. TRANSPORT	100%	95,1%	0,6%	0,0%	4,3%
6. AUTRES OPERATIONS IARD	100%	63,1%	7,6%	3,5%	25,8%
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	100%	70,2%	6,1%	0,1%	23,6%
8. VIE INDIVIDUELLE	100%	31,6%	4,1%	53,0%	11,2%
▶ Court terme prime unique	100%	13,9%	1,2%	82,5%	2,3%
▶ Epargne pension	100%	33,6%	26,5%	33,1%	6,8%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	37,0%	4,2%	56,0%	2,8%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	39,9%	14,5%	39,2%	6,4%
▶ Autres opérations branche 21	100%	34,3%	2,8%	46,9%	16,0%
▶ Branche 23	100%	19,3%	0,8%	76,4%	3,5%
9. VIE GROUPE	100%	33,1%	4,0%	1,5%	61,4%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	34,5%	4,1%	1,6%	59,8%
▶ Primes uniques	100%	26,5%	4,1%	1,5%	67,8%
TOTAL NON-VIE	100%	65,0%	9,2%	5,9%	19,9%
▶ Particuliers	100%	63,0%	10,9%	8,2%	17,9%
▶ Entreprises	100%	68,1%	6,5%	2,3%	23,1%
TOTAL VIE	100%	31,9%	4,1%	43,0%	21,0%
TOTAL NON-VIE ET VIE	100%	42,2%	5,7%	31,4%	20,7%
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES					
10. VIE INDIVIDUELLE	100%	13,9%	1,3%	82,5%	2,3%
▶ Court terme prime unique	100%	25,6%	24,9%	31,3%	18,1%
▶ Epargne pension	100%	43,5%	1,8%	52,3%	2,4%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	35,5%	5,0%	46,9%	12,5%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	35,1%	2,0%	42,6%	20,3%
▶ Autres opérations indiv branche 21	100%	18,6%	0,7%	77,7%	3,1%
▶ Branche 23	100%	22,0%	5,2%	2,0%	70,8%
11. VIE GROUPE	100%	45,2%	9,7%	4,3%	40,8%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	18,0%	4,6%	1,7%	75,7%

26 Ventilation des encaissements

Exercice 2005

Canaux de distribution (Synthétique)

	Ensemble des canaux	A. Réseaux non exclusifs en assurance	B. Réseaux exclusifs en assurance sans activités bancaires	C. Bancassurance: réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires	D. Direct (sans intermédiaires)
(En euros)					
ENCAISSEMENTS					
1. ACCIDENTS ET MALADIE	1 238 458 393	755 590 016	72 608 211	109 649 094	300 611 074
▶ Individuelle	479 924 863	370 049 716	41 962 667	23 609 419	44 303 062
▶ Collective	757 869 374	384 984 449	30 596 610	85 998 795	256 289 520
▶ Dépendance	664 154	520 941	39 087	40 880	18 491
2. AUTOMOBILES	2 982 736 837	1 857 052 614	366 613 073	156 081 409	602 989 741
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	1 813 243 132	1 194 886 690	253 701 551	179 983 687	184 671 201
▶ Habitations	1 075 210 847	644 713 609	166 636 145	166 337 310	97 523 783
▶ Autres risques simples	369 624 260	258 318 182	60 594 162	11 939 790	38 772 129
▶ Risques spéciaux	368 408 019	291 854 952	26 471 188	1 706 588	48 375 290
4. RESPONSABILITE CIVILE	646 998 814	456 827 097	61 278 432	22 837 236	106 056 048
▶ Vie privée	163 890 551	99 427 462	28 775 336	20 970 091	14 717 664
▶ Autres	483 108 260	357 399 718	32 503 011	1 867 145	91 338 384
5. TRANSPORT	204 164 164	191 515 776	1 276 445	37	9 356 411
6. AUTRES OPERATIONS IARD	708 719 796	447 470 637	52 271 842	27 356 233	181 621 098
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	1 058 761 161	744 885 953	62 162 642	1 453 830	250 258 736
8. VIE INDIVIDUELLE	21 015 424 324	5 374 402 878	686 633 714	11 778 079 669	3 176 308 063
▶ Court terme prime unique	106 886 677	21 572 040	2 760 179	76 457 875	6 096 583
▶ Epargne pension	661 575 496	199 820 473	182 308 466	222 174 224	42 106 677
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	420 125 302	153 242 938	27 890 519	211 370 011	14 953 147
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	1 086 184 002	415 868 067	201 803 080	386 432 484	70 837 172
▶ Autres opérations branche 21	12 355 851 655	3 685 041 043	251 313 298	5 438 824 743	2 806 284 424
▶ Branche 23	6 336 258 585	639 698 393	20 556 650	5 440 281 035	219 379 749
9. VIE GROUPE	4 006 244 790	1 163 895 436	100 936 711	218 372 835	2 523 039 809
▶ Primes fixées et flexibles	2 785 496 459	889 325 187	74 363 948	33 891 431	1 767 410 224
▶ Primes uniques	927 113 463	208 965 966	24 792 615	13 902 057	675 345 887
TOTAL NON-VIE	8 653 082 297	5 648 228 782	869 912 195	497 361 525	1 635 564 308
▶ Particuliers	5 293 002 257	3 374 895 702	656 298 150	388 096 583	873 667 083
▶ Entreprises	3 360 080 027	2 273 298 307	213 604 059	109 264 942	761 897 225
TOTAL VIE	25 021 669 114	6 538 298 315	787 570 425	11 996 452 504	5 699 347 872
TOTAL NON-VIE ET VIE	33 674 751 411	12 186 527 097	1 657 482 620	12 493 814 030	7 334 912 180
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES	18 782 753 537	3 883 771 227	243 725 636	10 421 936 603	4 054 983 165
10. VIE INDIVIDUELLE	106 884 495	21 576 060	2 757 006	76 455 345	6 096 084
▶ Court terme prime unique	124 270 923	30 085 838	26 134 559	43 960 323	21 676 862
▶ Epargne pension	117 781 359	42 351 593	2 204 535	65 323 983	4 894 545
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	215 528 497	74 583 937	12 649 979	96 331 367	30 227 566
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	12 158 636 306	3 158 712 625	180 146 391	4 890 476 171	3 773 319 569
▶ Autres opérations indiv branche 21	6 046 587 620	549 038 465	19 833 167	5 249 389 414	213 126 912
▶ Branche 23	1 104 461 634	221 269 336	37 417 301	48 296 139	786 243 777
11. VIE GROUPE	161 204 639	78 740 222	12 480 512	2 855 674	60 000 088
▶ Primes fixées et flexibles	904 004 169	136 843 044	24 799 854	15 201 722	723 052 611

	Ensemble des canaux	A. Réseaux non exclusifs en assurance	B. Réseaux exclusifs en assurance sans activités bancaires	C. Bancassurance: réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires	D. Direct (sans intermédiaires)
(En %)					
ENCAISSEMENTS					
1. ACCIDENTS ET MALADIE	100%	61,0%	5,9%	8,9%	24,3%
▶ Individuelle	100%	77,1%	8,7%	4,9%	9,2%
▶ Collective	100%	50,8%	4,0%	11,3%	33,8%
▶ Dépendance	100%	84,1%	6,3%	6,6%	3,0%
2. AUTOMOBILES	100%	62,3%	12,3%	5,2%	20,2%
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	100%	65,9%	14,0%	9,9%	10,2%
▶ Habitations	100%	60,0%	15,5%	15,5%	9,1%
▶ Autres risques simples	100%	69,9%	16,4%	3,2%	10,5%
▶ Risques spéciaux	100%	79,2%	7,2%	0,5%	13,1%
4. RESPONSABILITE CIVILE	100%	70,6%	9,5%	3,5%	16,4%
▶ Vie privée	100%	60,7%	17,6%	12,8%	9,0%
▶ Autres	100%	74,0%	6,7%	0,4%	18,9%
5. TRANSPORT	100%	94,7%	0,6%	0,0%	4,6%
6. AUTRES OPERATIONS IARD	100%	63,1%	7,4%	3,9%	25,6%
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	100%	70,4%	5,9%	0,1%	23,6%
8. VIE INDIVIDUELLE	100%	25,6%	3,3%	56,0%	15,1%
▶ Court terme prime unique	100%	20,2%	2,6%	71,5%	5,7%
▶ Epargne pension	100%	30,9%	28,2%	34,4%	6,5%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	37,6%	6,8%	51,9%	3,7%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	38,7%	18,8%	35,9%	6,6%
▶ Autres opérations branche 21	100%	30,3%	2,1%	44,6%	23,0%
▶ Branche 23	100%	10,1%	0,3%	86,1%	3,5%
9. VIE GROUPE	100%	29,1%	2,5%	5,5%	63,0%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	32,2%	2,7%	1,2%	63,9%
▶ Primes uniques	100%	22,6%	2,7%	1,5%	73,2%
TOTAL NON-VIE	100%	65,3%	10,1%	5,7%	18,9%
▶ Particuliers	100%	63,8%	12,4%	7,3%	16,5%
▶ Entreprises	100%	67,7%	6,4%	3,3%	22,7%
TOTAL VIE	100%	26,1%	3,1%	47,9%	22,8%
TOTAL NON-VIE ET VIE	100%	36,2%	4,9%	37,1%	21,8%
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES					
10. VIE INDIVIDUELLE	100%	20,2%	2,6%	71,5%	5,7%
▶ Court terme prime unique	100%	24,7%	21,4%	36,1%	17,8%
▶ Epargne pension	100%	36,9%	1,9%	56,9%	4,3%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	34,9%	5,9%	45,1%	14,1%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	26,3%	1,5%	40,7%	31,4%
▶ Autres opérations indiv branche 21	100%	9,1%	0,3%	87,0%	3,5%
▶ Branche 23	100%	20,2%	3,4%	4,4%	71,9%
11. VIE GROUPE	100%	51,1%	8,1%	1,9%	38,9%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	15,2%	2,8%	1,7%	80,3%

28 6. Définitions des canaux de distribution utilisés pour l'édition 2006

A. Réseaux non exclusifs en assurance

A.1 Courtage classique : courtiers hors mega brokers et hors assurfinance (c.-à-d. sans agence bancaire du même groupe financier)

Courtiers d'assurances, enregistrés comme tels à la CBFA et vendant des contrats,

- ▶ sans guichet bancaire ou
 - ▶ avec guichet bancaire portant l'enseigne d'un groupe financier dont ne fait pas partie l'entreprise d'assurances ayant émis le contrat.

Par exemple :

- ▶ bureaux de courtage ou personnes physiques membres de Feprabel ou de la Federatie voor Verzekerings- en Financiële tussenpersonen (FVF),
- ▶ courtiers exerçant une activité d'assurance à titre indépendant et accessoire,
- ▶ sociétés de courtage captives d'une entreprise d'assurances,
- ▶ contrats d'assurance du groupe yyyy vendus par des agents bancaires exclusifs indépendants, travaillant sous l'enseigne d'un groupe xxxx, également enregistrés comme courtiers d'assurances à la CBFA.

A.2 Assurfinance : courtiers hors mega brokers avec agence bancaire du même groupe financier (voir les enseignes bancaires en annexe 2)

Contrats d'assurance du groupe xxxx vendus par des agents bancaires exclusifs indépendants, travaillant sous l'enseigne de ce même groupe, également enregistrés comme courtiers d'assurances à la CBFA (=> possibilité de commercialisation de produits d'assurance élaborés par d'autres entreprises ou d'autres groupes ; dans le cas contraire : voir bancassurance).

A.3 Mega brokers

Principalement des contrats de bureaux de courtage internationaux membres de l'UPCA (ADD NV, Allia Insurance Brokers NV, Aon Belgium NV, Atelia SA, Belgibo NV, Concordia NV, Eurobrokers Insurance Consultants, FB Brokerage SA, Gras Savoye SA/NV, Groep Viaene Verzekeringen NV, Havrico Insurance NV, Induver NV, Marsh NV, Vanbreda International NV, Vanbreda Risk & Benefits NV, Verspielen SA/NV).

A.4 Autres

Contrats vendus par des assureurs appartenant à des réseaux non exclusifs autres que le courtage classique, l'assurfinance et les mega brokers. Cette rubrique n'est utilisée qu'à titre supplétif.

B. Réseaux exclusifs en assurance sans activités bancaires

B.1 Agents d'assurances exclusifs salariés

Contrats vendus par des intermédiaires salariés de l'entreprise d'assurances, qui ne distribuent que des produits d'assurance de cette seule entreprise (ou groupe d'entreprises).

B.2 Agents d'assurances exclusifs indépendants

Contrats vendus par des intermédiaires indépendants, qui ne distribuent que des produits d'assurance d'une seule entreprise (ou groupe d'entreprises), autrement qu'à travers un guichet bancaire et qui sont rémunérés à la commission.

C. Bancassurance : réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires (voir les enseignes bancaires en annexe 2)

Contrats vendus au travers d'un guichet bancaire soit par un salarié de la banque, soit par un agent bancaire indépendant, ne vendant des produits d'assurance que de l'entreprise ayant émis le contrat (ou groupe d'entreprises, des liens de participations unissant en tous cas l'entreprise d'assurance et l'établissement de crédit).

D. Direct (sans intermédiaires)

D.1 Mutuelles et coopératives sans intermédiaires

Encaissement direct de mutuelles ou de coopératives, hors commerce électronique et hors opérations réalisées par l'intervention de réseaux d'intermédiaires, exclusifs ou non.

D.2. Vente directe (business to business) : vente directe de contrats par des assureurs autres que mutuelles ou coopératives à des clients "entreprises" (assurance de groupe, accidents du travail, maladie,...).

D.3 Marketing direct (business to consumer) : vente directe de contrats par des assureurs autres que mutuelles ou coopératives en direction des particuliers au travers de techniques de prospection commerciale intensive (mailing, couponing, appels téléphoniques, ...)

D.4 Commerce électronique sans intermédiaires

Consultation par le client d'un site web interactif (appartenant ou non à l'entreprise), développé à des fins de souscription, aboutissant à la remise, par l'entreprise d'assurances, d'une offre de prix ou de contrat sans intervention d'un intermédiaire.

D.5 Autres directs

Contrats vendus par des assureurs directs autres que les mutuelles et coopératives, le marketing direct, la vente directe et le commerce électronique. Cette rubrique n'est utilisée qu'à titre supplétif.

Par exemple :

- ▶ "Affinity groups" sans intermédiaires (grandes surfaces, associations et clubs, importateurs automobiles),
- ▶ assureurs captifs et pools.