

Canaux de distribution de l'assurance

Chiffres 2007

Sommaire

Introduction : La vague verte de l'assurfinance	02
1. Contexte : évolution de l'encaissement global	04
2. Objectif et méthodologie de l'enquête	05
3. Résultats de l'étude	06
▶ 3.1. Représentativité et fiabilité de l'échantillon	
▶ 3.2. Résumé des résultats les plus significatifs de l'enquête	
▶ 3.3. Assurance non-vie	
▶ 3.4. Assurance vie	
- 3.4.1. Assurance vie : production des affaires nouvelles	
- 3.4.2. Vie individuelle (branches 21-23)	
-> 3.4.2.1. Vie individuelle : contrats à taux garanti (branche 21)	
-> 3.4.2.2. Vie individuelle : contrats liés à des fonds d'investissement (branche 23)	
- 3.4.3. Vie groupe	
- 3.4.4. Ensemble des opérations vie	
4. Tableaux : répartition de l'encaissement et parts de marché	18
5. Définitions des canaux de distribution utilisés pour l'édition 2007	30
6. Principales conclusions de l'enquête	32

Introduction :

La vague verte de l'assurfinance

Assuralia, l'Union professionnelle des entreprises d'assurances, publie chaque année ses chiffres relatifs aux parts de marché des différents canaux de distribution du secteur de l'assurance. En d'autres termes, elle propose chaque fois un instantané des préférences des clients en ce qui concerne le mode souscription de leurs assurances. Et chaque fois, la même question se pose, comme lorsqu'on goûte le Beaujolais Primeur : « Est-ce vraiment si différent de l'année passée ? ».

D'un an à l'autre, les chiffres ne révèlent aucun changement spectaculaire dans le paysage de l'assurance, mais bien des évolutions qui apparaissent clairement au fil des ans. Ce qui frappe, c'est que l'évolution ne va pas dans un seul sens mais que la ventilation des parts de marché peut être volatile. Pendant des années, la principale tendance a été le développement de la bancassurance, qui était étroitement liée au succès des contrats d'assurance-vie en tant que formule d'épargne à moyen terme, alors qu'à l'heure actuelle, les courtiers ont refait une partie de leur retard sur la bancassurance.

Si l'on compare les chiffres de 2007 à ceux de 2006, on remarque directement qu'une catégorie progresse sur tous les fronts, à savoir l'assurfinance. Une appellation barbare, introduite il y a quelques années pour décrire la réaction du canal de distribution classique des assurances – le réseau des courtiers et les compagnies d'assurances ayant opté pour ce système – à la croissance de la bancassurance. Les banques présentaient en effet l'avantage de disposer de guichets où le client pouvait effectuer ses opérations bancaires habituelles tout en se voyant proposer divers produits d'assurance-vie. Un certain nombre de courtiers d'assurances ont réagi à cette tendance en se profilant comme des conseillers fiables non seulement pour les assurances dommages – ce que l'on savait déjà – mais aussi dans le domaine de la finance. Désireux de développer une formule « one stop shopping », ces courtiers ont considérablement élargi leurs activités d'agents bancaires de sorte qu'aujourd'hui, leurs clients les considèrent effectivement comme des conseillers financiers à part entière proposant une gamme complète de produits. Notons qu'une stratégie similaire est utilisée par des groupes qui travaillent avec des agents indépendants, dont le choix en matière d'assureurs est plus limité que celui des

courtiers, mais qui peuvent selon le cas proposer une gamme complète de services financiers et qui profitent au maximum du soutien des groupes d'assurances auxquels ils rapportent des clients. Ce groupe d'intermédiaires figure dans une catégorie distincte de la présente étude.

Lorsqu'il s'agit d'assurances, les « assurfinanciers » continuent à exercer comme courtiers indépendants, ce qui implique qu'ils comparent les conditions et retiennent les plus avantageuses en fonction des intérêts et des souhaits du client. Si, dans la présente étude, il s'agit de produits d'un autre groupe financier que la banque dont ces courtiers utilisent l'enseigne, ces affaires sont reprises dans la rubrique « courtage classique ». Quant aux produits placés auprès du groupe dont ils distribuent aussi les produits bancaires, ils figurent dans les tableaux détaillés « assurfinance ». Les produits sont donc répartis en deux catégories selon leur fournisseur. « On aboutit souvent auprès du groupe auquel appartient l'agence bancaire et avec lequel on a une relation privilégiée », entend-on dire. Et le fait est qu'en 2007, cette catégorie a progressé sur toute la ligne, à savoir à tous les niveaux d'activité, allant des assurances dommages habituelles à la prévoyance, à l'épargne et aux placements. Ce qui frappe tout particulièrement, c'est que les assurances liées à des fonds d'investissement (produits de la « branche 23 ») connaissent un ralentissement dans les autres réseaux de distribution – notamment la bancassurance qui reste néanmoins largement en tête pour ce type d'assurances – alors que l'assurfinance gagne du terrain à un moment où il est pourtant difficile de convaincre les clients de faire des placements à risque (notons que les chiffres publiés datent de 2007, une année moyenne en termes de bourse mais cependant beaucoup plus calme que celle que nous avons connue depuis).

L'intermédiaire indépendant qui a évolué pour devenir un pro des finances personnelles a le vent en poupe mais il a tout intérêt à garder un œil sur la concurrence. Même si les courtiers conservent la majorité absolue dans le domaine de la vente d'assurances dommages tant aux particuliers qu'aux petites et grandes entreprises, les banques progressent dans diverses activités d'assurance qui sont à la base de la relation avec le client. Chaque année, les banques gagnent la confiance de dizaines de milliers de

nouveaux clients pour ce qui est de l'assurance habitation et de l'assurance responsabilité civile pour les particuliers (également appelée « assurance familiale »). A l'heure actuelle, un Belge sur six souscrit ce type d'assurances auprès d'une banque. Par contre, les banques ne sont pas aussi populaires lorsqu'il s'agit de l'assurance automobile mais même là, il y a des exceptions frappantes à la « règle » et la croissance de la part de marché de la bancassurance dans ce secteur est, il est vrai, lente mais bien réelle.

L'activité des banques sur le marché de l'assurance vie est aussi très intéressante à plusieurs égards. Ainsi, en termes de volume, les banques arrivent assurément en tête en matière d'assurances épargne et placement à moyen terme avec ou sans garantie de la part de l'assureur, mais cette prédominance est beaucoup moins prononcée en ce qui concerne les contrats liés à des prêts hypothécaires ou donnant droit à un avantage fiscal. La volatilité de leurs ventes de produits d'assurance est également supérieure à celle des ventes des intermédiaires mais, d'un autre côté,

elles présentent l'avantage de proposer des solutions financières autres que des contrats d'assurance. La présente étude ne s'est toutefois pas intéressée aux autres éléments de la gamme de produits du banquier. Cependant, les banquiers méritent une palme pour la loyauté avec laquelle ils conseillent parfois le produit d'assurance « épargne-pension » plutôt que le fonds d'épargne-pension de leur banque. En 2007, ils ont vendu un tiers des nouvelles polices d'épargne-pension. Belle performance !

Enfin, l'étude fait apparaître plus clairement la situation du marché des « employee benefits », où outre les canaux habituels – gros courtiers, bureaux de taille moyenne et mutuelles ou coopératives – la vente directe B-to-B s'affirme de plus en plus. Ce qui était déjà évident pour l'assurance vie groupe le devient également pour les assurances soins de santé collectives.

Wauthier Robyns
cia@assuralia.be

1. Contexte : évolution de l'encaissement global

L'encaissement des assureurs a connu en 2007 une progression de 5,9 %. Si l'on tient compte de l'inflation, cela revient à une croissance réelle de 4 %. Après la contre-performance observée en 2006 - l'encaissement avait reculé de 14 % à la suite de l'instauration de la taxe de 1,1 % sur les primes d'assurances-vie individuelles – la croissance enregistrée en 2007 se profile comme une reprise modeste. En effet, elle est nettement moins importante que celle des années précédentes. Les assureurs n'arrivent qu'à un encaissement se situant entre le niveau de 2004 et celui de 2005.

Dans nos pays voisins, on constate également une croissance très moyenne de l'encaissement : il est même plutôt question de stagnation. Les facteurs ayant joué un rôle à cet égard valent également pour le marché belge.

En premier lieu, il existe une vive concurrence entre les opérateurs. Afin de protéger leur part de marché, les entreprises ont développé différentes stratégies, tant sur le plan de la tarification qu'au niveau des garanties (extensions) et des avantages offerts au client.

En outre, les ménages consacrent une part plus importante de leurs revenus à la consommation en raison du renchérissement des denrées alimentaires et de l'énergie. L'épargne atteint de ce fait un niveau moins élevé. Les déconvenues boursières ont également fait que les assurances placement de la branche 23 ont connu un fort recul de plus de 50 % au cours de ces deux dernières années.

Aujourd'hui, les assurances non-vie représentent un marché saturé qui connaît une conjoncture relativement favorable : la charge des sinistres est sous contrôle, les conditions de réassurance se sont assouplies, la concurrence augmente, ... mais la croissance est tout au plus « modérée » et à peine supérieure à l'inflation. Les assurances sur la vie ont digéré l'introduction en 2006 de la taxe de 1,1 %. A cet égard, il convient de remarquer que cette mesure a entraîné des glissements entre les différents canaux de distribution. Reste maintenant à voir l'impact des développements récents dans le monde financier. En 2008, la croissance va plus que probablement encore se ralentir.

Produits phares

Le courtage classique connaît donc un recul en assurances auto et incendie ainsi qu'en assurances RC vie privée, mais maintient son leadership dans ces trois branches pour lesquelles il contrôle plus de 50 % du marché.

Quelles sont les principales évolutions (entre 2006 et 2007) observées dans les branches qui retiennent le plus l'attention ?

L'assurfinance, c'est-à-dire l'activité que les courtiers, qui sont en même temps des agents bancaires, développent avec l'entreprise d'assurances liée à leur banque, connaît en assurance auto une croissance importante et voit sa part de marché passer à 6,1 %, soit une progression de 2,5 % représentant quelque 150.000 clients. Les courtiers classiques enregistrent une baisse correspondante de leur part de marché. Les agents salariés, qui ont déjà dû céder du terrain à plusieurs reprises au cours de ces dernières années, ne parviennent pas non plus en 2007 à améliorer leur position. Les autres canaux de distribution ne connaissent pas de développements importants : Internet demeure absent et la bancassurance arrive à une part de marché qui ne dépasse pas 5,5 %.

En assurance habitation et en assurance RC vie privée, l'assurfinance accroît sa part de marché, au détriment de nouveau des courtiers classiques. La bancassurance enregistre également une légère progression dans ces branches d'assurance.

Ce sont principalement la bancassurance et l'assurfinance qui contribuent au redressement du marché de l'assurance vie individuelle (branche 21) et qui gagnent du terrain en 2007, après les contre-performances de 2006.

L'impact de la taxe de 1,1 % est toujours tangible en 2007. Si la nouvelle production pour les assurances individuelles de la branche 21 a augmenté de 18,2 % en 2007, cette évolution ne contrebalance pas la perte de production de 35 % en 2006. Le repli de la nouvelle production pour la branche 23 en 2006 (- 37 %) se répète en 2007 (- 26 %).

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 temps.

Le questionnaire adressé aux entreprises se présente sous la forme d'un tableau qui met en regard les principales opérations d'assurances et les modes de distribution. Les définitions utilisées sont précisées en page 30.

Les canaux de distribution 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'assurances 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, les systèmes informatiques de l'entreprise d'assurances ne pouvant a priori distinguer si ce courtier travaille ou non par le biais d'une agence bancaire. En raison de cette contrainte, l'étude se base donc davantage sur une approche « entreprise » que sur une approche « client », qui aboutirait à des parts de marché « bancaires » effectives 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 au chapitre 6. La rubrique « Autres » n'est utilisée que marginalement, à titre supplétif.

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

La **bancassurance** reprend l'ensemble des guichets bancaires où ne sont vendus que des produits d'assurance 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 ».

3. Résultats de l'étude

3.1 Représentativité et fiabilité de l'échantillon

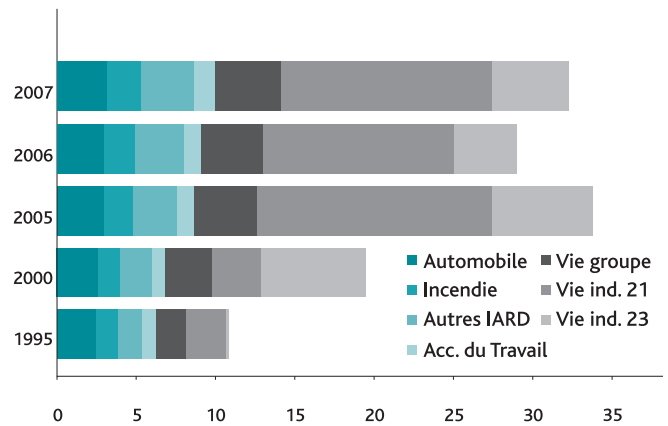
L'étude a été réalisée sur la base d'un échantillon englobant la quasi-totalité du marché belge de l'assurance, y compris les entreprises non-membres d'Assuralia et les succursales belges d'établissements communautaires qui ne sont pas contrôlées par la CBFA. En revanche, les opérations conclues dans 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 2007 du marché belge de l'assurance hors LPS. Pour la production d'affaires nouvelles, l'échantillon atteint également près de 99 % du volume de primes mentionné dans le reporting obligatoire des entreprises à la CBFA.

3.2 Résumé des résultats les plus significatifs de l'enquête

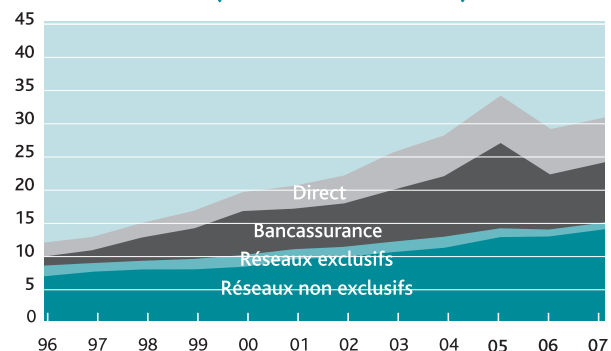
Les chiffres pour 2007 indiquent une croissance nominale du total des encaissements de 5,9 % (+ 1,7 milliard d'euros) par rapport à une baisse de 14,1 % en 2006. Ce redressement en 2007 est avant tout attribué à l'évolution que les opérations d'assurance sur la vie ont connue entre 2005 et 2007 à la suite de l'introduction de la taxe de 1,1 % sur les primes d'assurances-vie individuelles. Les primes d'assurances non-vie progressent de 4,6 % (+ 417 millions d'euros) en 2007 contre 4,1 % l'année précédente.

Evolution des encaissements de 1995 à 2007
(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 2006, les primes des réseaux exclusifs, des réseaux non exclusifs et de la bancassurance augmentent respectivement de 5,6% (+ 97,8 millions d'euros), 7,1% (+ 874 millions d'euros) et de 6,0% (+ 546,1 millions d'euros). L'encaissement des réseaux directs présente la croissance la moins élevée : 3,5 %, soit une hausse de 204 millions d'euros. Le courtage remporte donc la palme de la croissance la plus forte.

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



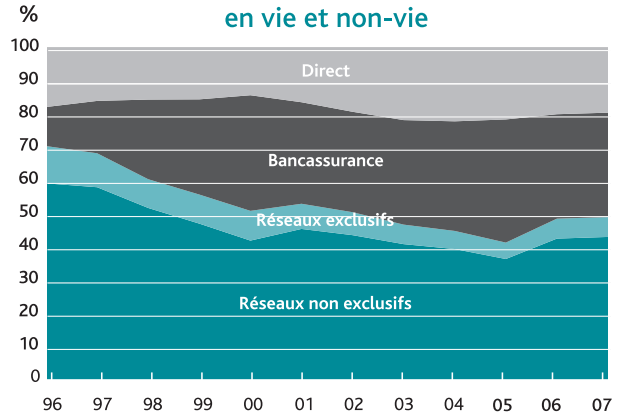
Les **réseaux non exclusifs** demeurent le canal de distribution d'assurances le plus important. En 2007, ils accroissent leur part de marché (42,8 % en 2007 contre 42,3 % en 2006) au détriment des assureurs directs.

La rupture de tendance en 2005 et 2006 provoquée par l'application d'une taxe de 1,1 % aux primes d'assurances-vie individuelles est encore clairement perceptible. L'impact a été le plus marqué chez les bancassureurs – qui ont sans doute orienté l'épargne vers d'autres produits - et les assureurs directs.

Le volume des primes de la **bancassurance** est reparti à la hausse à la suite de cette évolution, mais sa part de marché est demeurée pratiquement inchangée. En 2007, ce mode de distribution représente 42,7 % de l'encaissement en assurance vie contre 43,0 % en 2006. La bancassurance demeure ainsi en tête sur le marché des assurances sur la vie.

De 2000 à 2004, la part de marché des **assureurs directs** a connu une forte croissance de 7,8 points de pourcentage, tirée par les mutuelles sans intermédiaires. Depuis 2005, ce mode de distribution a connu chaque année un repli : en 2007, la part de marché des assureurs directs a de nouveau baissé de 0,5 point de pourcentage pour s'établir à 19,8% du volume total des primes.

Evolution des principaux canaux de distribution en vie et non-vie



3.3 Assurance non-vie

Grâce à la conjoncture favorable en 2007, le marché de l'assurance non-vie a continué de croître. En deux ans, l'encaissement a progressé de près de 10 % (+ 4,7 % en 2006 et + 4,6 % en 2007).

L'évolution de l'encaissement en 2007 diffère toutefois dans une large mesure d'un canal de distribution à un autre : le volume des primes des réseaux directs et de la bancassurance augmente de 9,1 %.

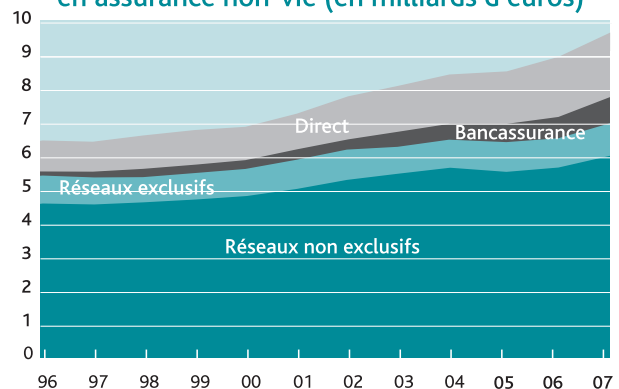
Les réseaux exclusifs et non exclusifs enregistrent une croissance plus lente de respectivement 4,3 % et 2,9 %.

Répartition de l'encaissement vie et non-vie en 2007 (évolution par rapport à 2006)



- A.1 Courtage classique (-1,7%); 27,8%
- A.2 Assurfinance (2,4%); 10,0%
- A.3 Megabrokers (-0,1%); 4,6%
- B.2 Agents exclusifs indépendants (0,1%); 5,6%
- C. Bancassurance (0,0%); 31,4%
- D.1 Mutuelles et coopératives (-0,3%); 12,3%
- D.2 Vente directe (B to B) (0,3%); 5,5%
- Autres (-0,7%); 2,8%

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'**assurfinance** qui, ensemble, représentent 53% des primes d'assurance non-vie. Le client continue donc de privilégier les **réseaux non exclusifs** pour la souscription de produits d'assurance non-vie.

Si l'on tient compte également des « mega brokers », il apparaît que l'ensemble des réseaux non exclusifs présente, tout au long des douze années d'observation, un repli de 7,3 points de pourcentage et totalise 63,8 % de l'encaissement non-vie en 2007 contre 71,1 % en 1996.

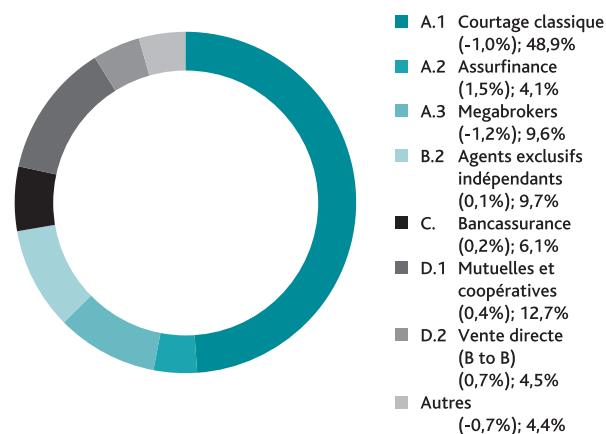
La **distribution directe** poursuit sa croissance constante de ces dernières années sur le marché des assurances non-vie. Elle enregistre en 2007 une part de marché de près de 20 % contre 19,1 % en 2006 et 14,7 % en 2000. Au Royaume-Uni et aux Pays-Bas, la distribution directe s'adjuge près d'un quart du total des encaissements.

2007 n'a pas engendré de changements notables pour les **réseaux exclusifs** : leur part de marché stagne à 10,1 % des primes d'assurances non-vie.

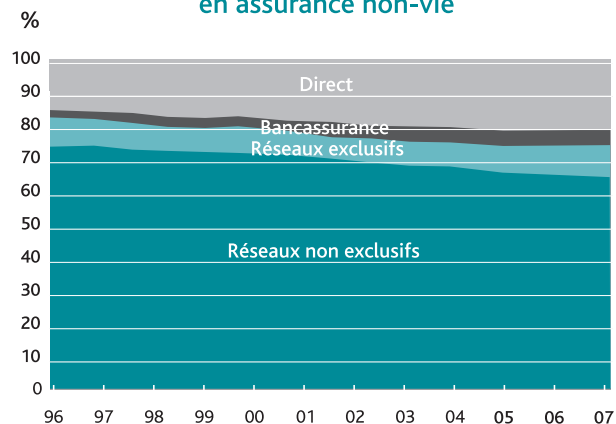
La **bancassurance** est utilisée essentiellement pour quelques produits de base destinés aux particuliers comme l'assurance habitation (14,6%) et l'assurance familiale (16,2%). En 2007, ce canal de distribution a gagné un peu de terrain : sa part de marché est passée de 5,8 % en 2006 à 6,1 % en 2007.

En considérant séparément les produits non-vie à destination des particuliers de ceux à destination des entreprises, on constate 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 le segment des entreprises. Les **mega brokers** contribuent à raison de près d'un cinquième des encaissements « business to business ».

Répartition des encaissements en non-vie en 2007 (évolution par rapport à 2006)



Evolution des principaux canaux de distribution en assurance non-vie



3.4 Assurance vie

Le secteur de l'assurance ne peut pas être analysé comme un seul marché. Il en va de même pour la branche Vie qui se compose de segments bien distincts, le marché pouvant en outre être envisagé suivant différents angles d'approche. Nous examinons chacun d'eux ci-après : la production des affaires nouvelles, l'ensemble du portefeuille d'assurances-vie individuelles (les assurances à taux d'intérêt garanti et les produits liés à des fonds d'investissement), les assurances de groupe, et pour terminer, l'ensemble des opérations d'assurance-vie.

3.4.1 Assurance vie : production des affaires nouvelles

La production d'affaires nouvelles est déterminante pour l'analyse des rapports de force les plus récents entre les canaux de distribution : la vente en 2007 représente deux tiers de l'encaissement annuel de la branche Vie. Seules les assurances axées sur la retraite et l'épargne à long terme connaissent une évolution en sens opposé, leur production se taillant par le passé la part du lion dans l'encaissement.

La production d'affaires nouvelles permet de constater que l'impact de la taxe d'assurance de 1,1 % (sur la plupart des polices individuelles) se fait toujours sentir en 2007. Si la

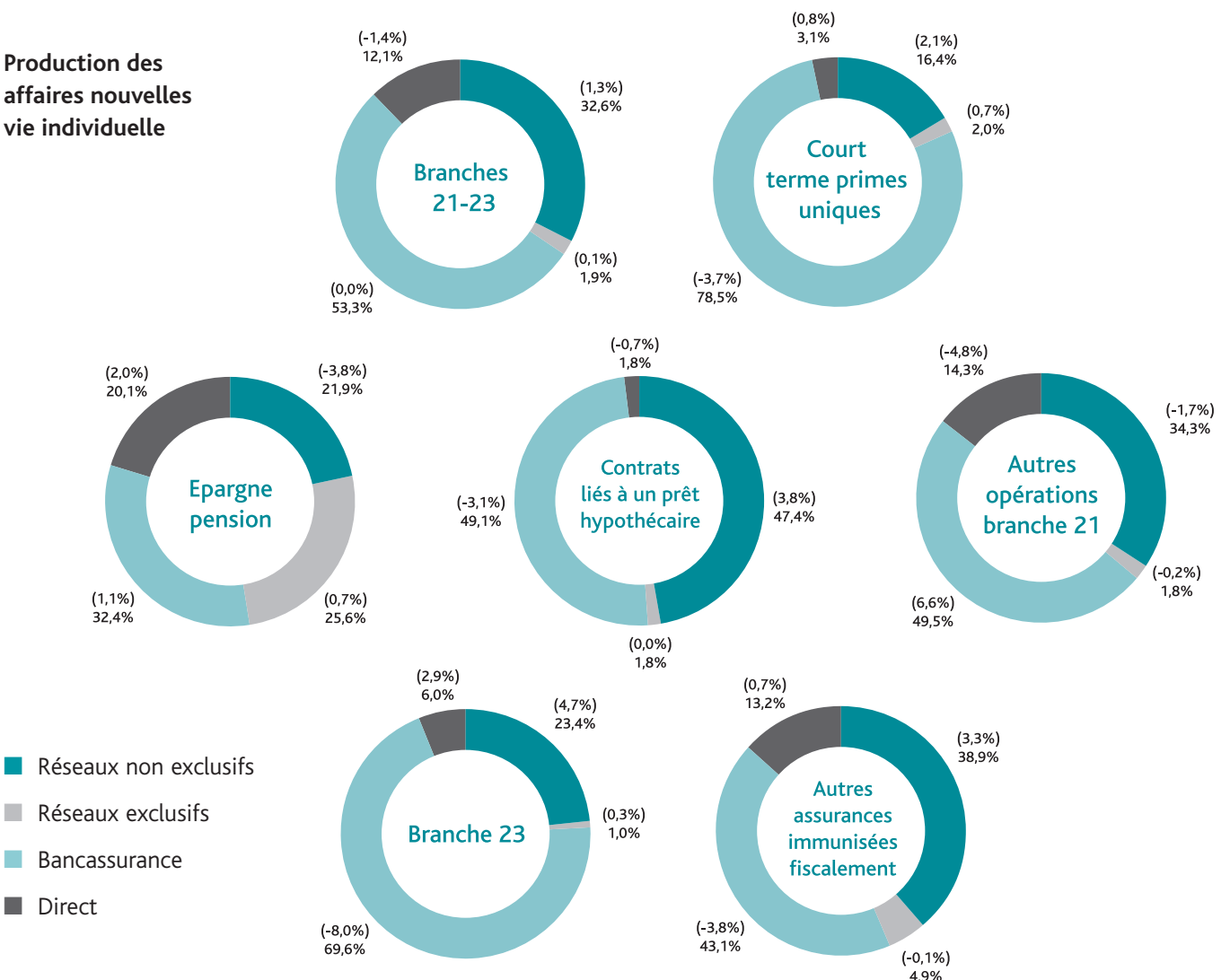
production pour les assurances individuelles de la branche 21 a augmenté de 18,2 % en 2007, cette évolution ne permet pas de compenser la perte de production de 35 % en 2006.

Le recul de la nouvelle production branche 23 en 2006 (- 37 %) se répète en 2007 (- 26 %).

La répartition des parts de marché des canaux de distribution pour la production des assurances individuelles en 2007 ressemble fortement à celle de 2006.

La **bancassurance** continue de dominer la nouvelle production en assurance vie individuelle (53,3% de parts de marché en 2007). La production des bancassureurs se répartit comme suit (cf. graphiques).

Production des affaires nouvelles vie individuelle



Il est à noter du reste que les banques ont commercialisé un tiers des nouveaux contrats d'épargne-pension : un peu plus de 50.000 clients de banques ont opté à un guichet pour un contrat d'épargne-pension plutôt que pour le fonds dont la banque fait la promotion.

Les courtiers offrent du reste une belle réplique par la vente de contrats liés à des prêts hypothécaires : la nouvelle production des banques représente à peine la moitié du marché, en dépit des arguments que ces dernières peuvent faire valoir pour s'attacher autant que possible le client.

Les **réseaux non exclusifs** gagnent légèrement du terrain et continuent d'occuper la seconde place (32,6 % en 2007 contre 31,3 % en 2006), alors que les **mutuelles et coopératives** doivent à nouveau en céder (10,2 % en 2007 contre 10,8 % en 2006).

Les **réseaux non exclusifs** progressent également sur le marché des assurances de groupe : leur part relative est en hausse et atteint un tiers des affaires nouvelles. La part de marché de la **vente directe (BtoB)** demeure stable pour s'établir à 40,2 % des affaires nouvelles, mais augmente en revanche dans un autre segment du marché "employee benefits", en l'occurrence l'assurance hospitalisation collective.

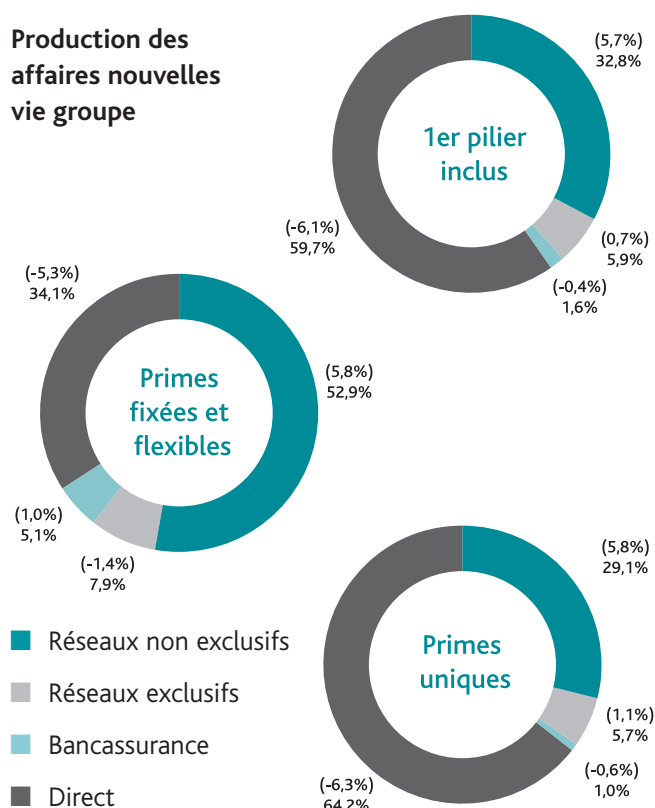
3.4.2 Vie individuelle (branches 21-23)

Les effets négatifs de l'introduction de la taxe de 1,1 % sur les primes d'assurances-vie individuelles continuent de se faire sentir en 2007. Le total de l'encaissement de l'assurance vie individuelle augmente en 2007 de 6,1 % après la baisse de près de 25 % du volume des primes en 2006.

Le redressement en 2007 ne semble pas vraiment être la conséquence d'un mouvement de rattrapage mais s'explique plutôt par le fait que l'épargnant recherche une plus grande sécurité. A la suite de la baisse des marchés boursiers au cours du second semestre de l'année 2007, nombreux ont été les investisseurs à délaisser les placements à risque au profit de produits à taux garanti.

La croissance du volume des primes en 2007 diffère dès lors dans une large mesure d'un canal de distribution à l'autre : par rapport à 2006, les primes des réseaux non

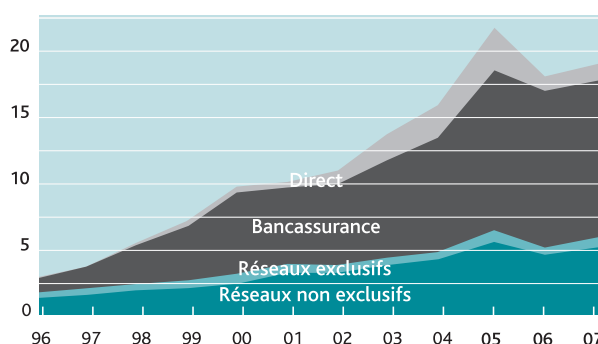
Production des affaires nouvelles vie groupe



exclusifs, des réseaux exclusifs et de la bancassurance ont augmenté respectivement de 11,6% (+594,2 millions d'euros), 3,9% (+ 25,8 millions d'euros) et de 5,5% (+ 469,8 millions d'euros).

Les réseaux directs n'ont pu participer au redressement des autres canaux de distribution et voient le volume de leurs primes baisser de 104,7 millions d'euros, soit - 5,9 %.

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



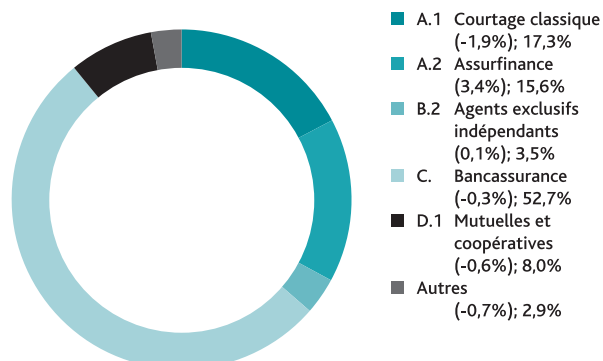
Le marché de l'assurance vie individuelle est dominé essentiellement par la **bancassurance**. En dépit du repli de 0,3 point de pourcentage en 2007, la part de marché de la bancassurance est encore et toujours supérieure à 50 %.

Les **réseaux non exclusifs** constituent le seul canal à renforcer sa position relative en 2007. Ils enregistrent une hausse de leur part de marché de 1,6 point de pourcentage au détriment des autres canaux de distribution. Les réseaux non exclusifs consolident ainsi avec 33,4% de parts de marché leur deuxième position après la bancassurance.

La part de la **distribution directe** dans l'encaissement a oscillé entre 2003 et 2005 autour des 15 %. Tout comme en 2006, les **assureurs directs**, en tant que canal de distribution de l'assurance vie individuelle, enregistrent en 2007 le recul relatif le plus important (-1,3 point de pourcentage). Leur part de marché tombe au-dessous des 10 %.

2007 n'a pas engendré de changements notables pour les **réseaux exclusifs** : leur part de marché diminue pour passer de 4,1% en 2006 à 4,0% en 2007.

Répartition de l'encaissement en vie individuelle (branches 21-23) en 2007 (évolution par rapport à 2006)

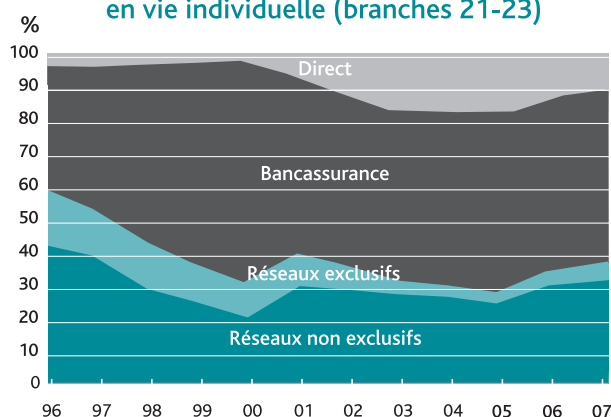


Entre 1996 et 2005, la **bancassurance** et les **réseaux directs** ont développé peu à peu leur part de marché relative au détriment principalement des **réseaux non exclusifs**. En 2006, le mouvement s'inverse à la suite de

l'introduction de la taxe d'assurance. En 2007, les **réseaux non exclusifs** poursuivent leur progression et regagnent du terrain (+ 1,6 point de pourcentage). Tant les assureurs directs (- 1,3 point de pourcentage) que la bancassurance (- 0,3 point de pourcentage) perdent du terrain.

La **bancassurance** connaît depuis 2000 un recul de plus de 13 points de pourcentage, en dépit des développements intervenus en 2006. Cette baisse est allée de pair avec une croissance pour les **assureurs directs** entre 2000 et 2005, en particulier les mutuelles sans intermédiaires. La perte de la bancassurance est liée à la croissance de certains produits à rendement garanti vendus essentiellement par les assureurs directs et à la contraction des primes des contrats liés à des fonds d'investissement, entre 2000 et 2003, résultant de la chute des marchés boursiers.

Evolution des principaux modes de distribution en vie individuelle (branches 21-23)



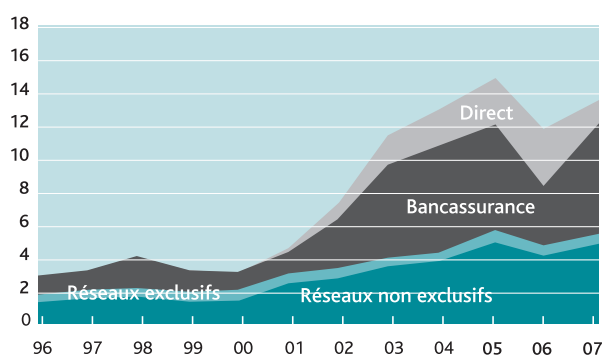
3.4.2.1 Vie individuelle : contrats à taux garanti (branche 21)

Après la baisse de 18 % en 2006, les assurances sur la vie individuelles à taux garanti enregistrent une forte hausse du volume des primes de près de 2 milliards d'euros. L'encaissement de ces opérations s'élève à 13,8 milliards d'euros en 2007 contre 11,9 milliards d'euros en 2006, soit une croissance de 16,3 %.

Cette forte hausse des encaissements varie en fonction du canal de distribution. Par rapport à 2006, les primes des réseaux non exclusifs, des réseaux exclusifs et de la

bancassurance augmentent respectivement de 14,7% (+607 millions d'euros), 5,1% (+ 32 millions d'euros) et de 26,3% (+1.436 millions d'euros). Les réseaux directs n'ont pas pu suivre cette tendance et voient le volume de leurs primes diminuer de 8,8 % (- 145 millions d'euros) en 2007.

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



La **bancassurance** demeure le principal canal de distribution pour cette activité et consolide sa position en 2007, puisqu'elle atteint une part de marché de 50,0 % contre 46,0 % en 2006.

Les autres canaux de distribution doivent céder du terrain. La part de marché relative des **réseaux non exclusifs**, des **réseaux exclusifs** et de l'**assurance directe** est en baisse et s'établit respectivement à 34,4 % (- 0,5 point de pourcentage), 4,8 % (- 0,5 point de pourcentage) et 10,8 % (-3,0 points de pourcentage).

Par rapport aux résultats de 2006, ce sont principalement les **courtiers classiques** qui affichent un recul relatif de leur part de marché (18,9% de part de marché en 2007 contre 22,0% en 2006). L'assurfinance enregistre en revanche pour la deuxième année consécutive une progression de 2,5 points de pourcentage pour représenter 14,9 % de l'activité.

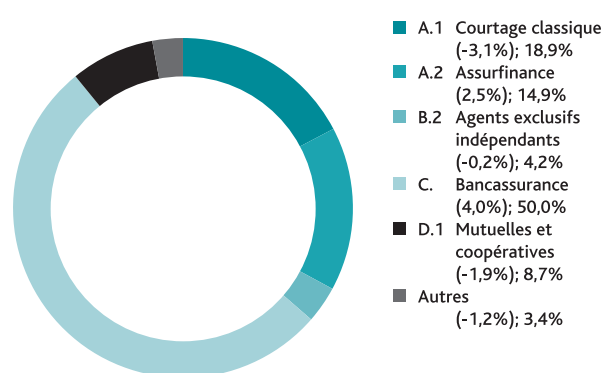
La perte des **assureurs directs**, tant nominale que relative, est la plus importante pour les **mutuelles et les coopératives** dont le volume des primes a baissé quasiment de 2 points de pourcentage par rapport à 2006.

Avec une perte d'encaissement de 25,4 %, le **commerce électronique** connaît en 2007 à nouveau un repli pour atteindre une part de marché de 1,4 %.

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 et 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 par les réseaux non exclusifs (avec une part de marché de 34,0 %) et la bancassurance (avec une part de marché de 32,6 %). Les agents indépendants continuent de suivre de près en prenant à leur compte 25,1% de l'encaissement de cette activité.

Répartition de l'encaissement en vie individuelle (branche 21) en 2007 (évolution par rapport à 2006)



Quatre phases peuvent être distinguées pour la période 1996-2007.

De 1996 à 1998, l'encaissement pour les assurances-vie individuelles de la branche 21 a crû à un rythme moyen d'environ 20% l'an, et c'est surtout la **bancassurance** qui a augmenté sa part de marché aux dépens des **réseaux d'intermédiaires exclusifs ou non**.

De 1998 à 2000, le mouvement s'inverse en même temps que l'encaissement connaît un repli 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.

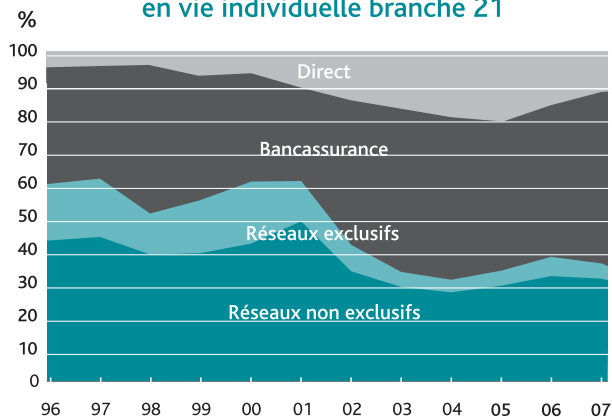
De 2000 à 2005, l'encaissement en vie individuelle « branche 21 » explose, avec des taux de croissance annuels dépassant certaines années les 30%.

Cet afflux massif d'affaires nouvelles a profité à tous les canaux 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.

L'instauration de la taxe de 1,1 % sur les primes d'assurances-vie individuelles en 2006 (perte d'encaissement de 18 %) a affecté essentiellement les **assureurs directs**. Ce canal de distribution continue de subir les effets négatifs de cette taxe en 2007.

Seule la **bancassurance** améliore sa position en 2007 : elle atteint ainsi une part de marché de 50 %.

Evolution des principaux modes de distribution en vie individuelle branche 21



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

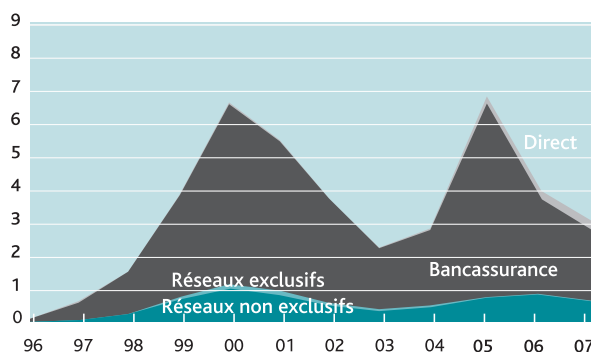
Le volume des primes d'assurances-vie individuelles liées à des fonds d'investissement (branche 23) continue de baisser. Alors que l'encaissement atteignait plus de 6 milliards d'euros en 2005, il s'élevait à un peu moins de 4 milliards d'euros en 2006 et ne dépasse plus les 3 milliards d'euros en 2007. Ce repli de plus de 50 % au cours de ces deux dernières années s'explique par l'instauration de la taxe de 1,1 %, d'une part, et l'impact des déconvenues boursières sur les produits liés à des fonds d'investissement, de l'autre. La baisse de 24,8 % du volume

des primes en 2007 pour les produits de la branche 23 tranche singulièrement avec la forte croissance (+ 16,3 %) enregistrée par la branche 21 en 2007.

L'évolution des encaissements entre 2000 et 2007 montre que c'est surtout la bancassurance qui est touchée : par rapport à 2006, les primes de ce canal diminuent de 31,6 % (- 965,6 millions d'euros). Les réseaux non exclusifs et exclusifs ne sont pas non plus épargnés par l'évolution négative en enregistrant un recul en 2007 de respectivement 7,3% (-54,9 millions d'euros) et 18,4% (- 6,2 millions d'euros).

Le mouvement s'inverse pour les primes des réseaux directs qui augmentent, en volumes plus restreints, de 33,8 % pour atteindre 164,4 millions d'euros en 2007.

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



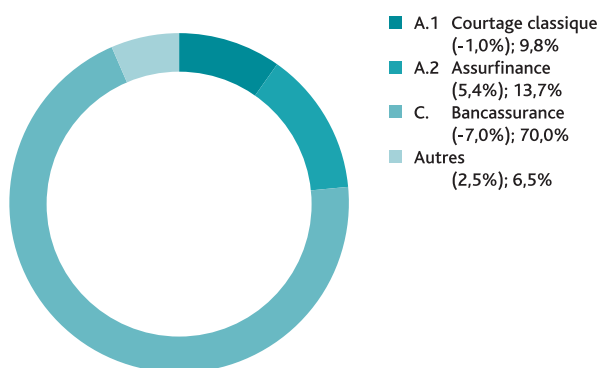
Malgré les évolutions négatives, la **bancassurance** demeure avec 70 % le canal de distribution prédominant pour la branche 23, mais la part de marché a baissé de près de 15 points de pourcentage entre 2005 et 2007.

Les **réseaux exclusifs en assurance** et les **réseaux directs** jouent un rôle moins important dans ce segment de marché en prenant à leur compte respectivement 0,9 % et 5,5 % des primes. Ils enregistrent ainsi un résultat légèrement supérieur à celui de 2006.

Les **réseaux non exclusifs** représentent 23,6 % des primes en 2007 contre 19,1 % en 2006. Ils consolident ainsi leur deuxième place après la bancassurance. C'est grâce

essentiellement à la croissance de l'assurfinance dont la part de marché passe de 8,2 % en 2006 à 13,7 % en 2007 que les réseaux non exclusifs ont gagné du terrain.

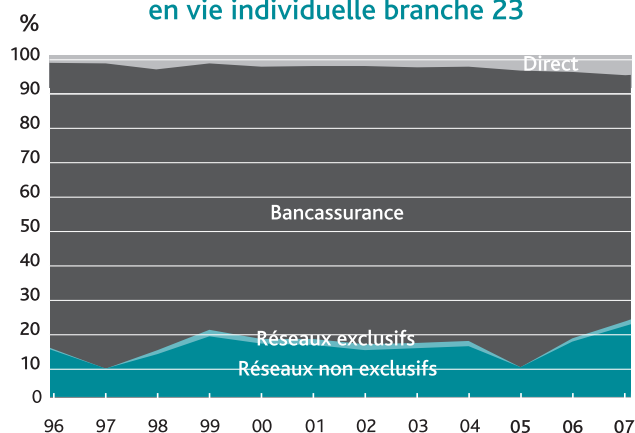
Répartition de l'encaissement en vie individuelle (branche 23) en 2007 (évolution par rapport à 2006)



De 1996 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 un marché 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.

Au cours de la période 2006-2007, la part de marché de la bancassurance s'effondre en perdant près de quinze points de pourcentage pour atteindre son niveau le plus bas (70 %) depuis 1996.

Evolution des principaux modes de distribution en vie individuelle branche 23



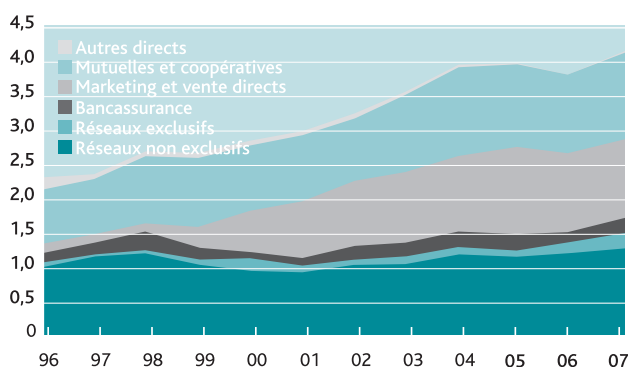
3.4.3 Vie groupe

Après les contre-performances observées en 2005 et 2006, le marché de l'assurance vie groupe (premier pilier inclus) présente un encaissement en hausse de 8,3 %. Le volume total des primes a augmenté pour atteindre 4,2 milliards d'euros en 2007 contre 3,8 milliards d'euros en 2006. Cette croissance résulte des affaires nouvelles, du versement d'importantes primes uniques pour les plans de prépension ainsi que du renforcement du degré de financement des plans existants.

L'évolution des encaissements sur longue période montre que les encaissements des réseaux non exclusifs progressent de 8,5% (+108,9 millions d'euros), par rapport à 2006. Les deux autres canaux importants des assurances vie groupe, la vente et le marketing directs ainsi que les mutuelles et coopératives affichent une hausse d'encaissement de respectivement 8,3% (+96,5 millions d'euros) et 4,7% (+55 millions d'euros).

Si la bancassurance et les réseaux exclusifs sont des canaux de distribution moins importants pour les assurances vie groupe, ils enregistrent néanmoins une forte progression de respectivement 48,3 % (+ 28,3 millions d'euros) et 20,5% (+32,1 millions d'euros).

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

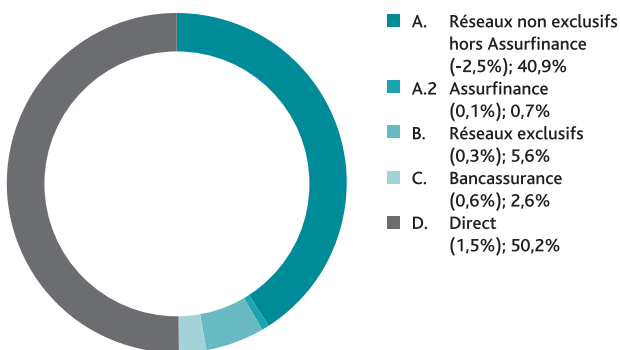


Contrairement à la vie individuelle, le marché de la vie groupe (premier pilier inclus) est largement dominé, à raison de près de 60 %, par la **distribution directe**.

Dans le cadre de ce mode de distribution, les **mutuelles et coopératives** connaissent en 2007 un léger recul de près d'un point de pourcentage pour s'adjuger une part de marché de 29,2 %. La part de marché de la **vente et du marketing directs** stagne et représente tout comme en 2006 30,4 % du total de l'encaissement.

Les **réseaux non exclusifs** représentent en 2007 à nouveau 33,5 % du volume total des primes en vie groupe et conservent ainsi leur leadership en tant que canal de distribution. Dans ce groupe, les mega brokers renforcent leur position (10,3 % en 2007 contre 9 % en 2006) et le courtage classique cède du terrain (22,4 % en 2007 contre 23,7 % en 2006).

Répartition des encaissements en vie groupe en 2007 - hors 1er pilier (évolution par rapport à 2006)



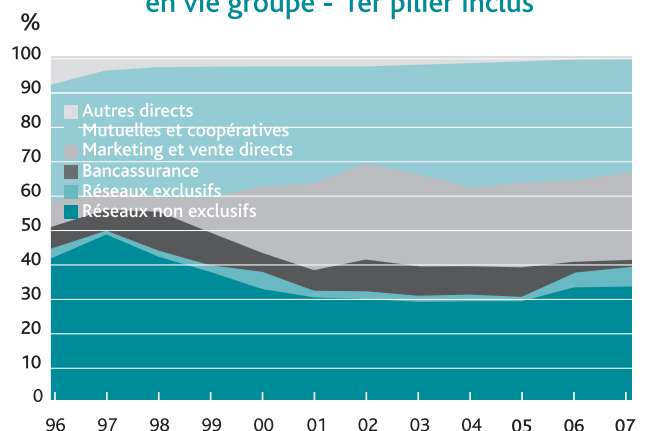
Sur l'ensemble de la période 1996 à 2006, le marché de la vie groupe a connu une croissance annuelle moyenne de 6 % l'an. Celle-ci a surtout été réalisée par les **assureurs directs**. Cela vaut en particulier pour la **vente** et le **marketing directs** qui ont enregistré sur la période allant de 1996 à 2007 une croissance annuelle moyenne de 24,7 points de pourcentage.

La part de marché des **mutuelles et coopératives** présentait en 1998 et 1999 une croissance soutenue, mais celle-ci stagne depuis 2000 : de 2000 à 2007, leur part de marché a toujours oscillé autour des 31 % du volume total des primes.

Alors que les encaissements des **réseaux non exclusifs** sont demeurés relativement stables tout au long de la période d'observation (toujours aux alentours de 1,1 milliard d'euros), leurs parts de marché n'ont cessé de décroître, passant de près de 50 % en 1995 à 29,2 % en 2005. Avec le terrain gagné en 2006 (+ 4,4 points de pourcentage), ils représentaient à nouveau le principal canal de distribution des assurances vie groupe. En 2007, la part de marché stagnait à 33,5 %.

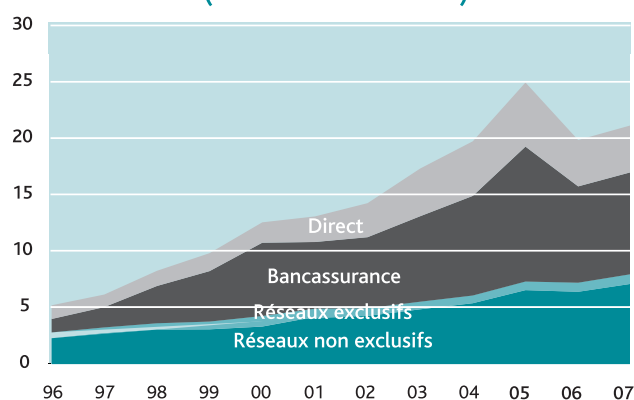
La **bancassurance** qui, entre 1996 et 1998, a vu son poids relatif croître à raison de 4 points de pourcentage, n'a pas pu maintenir sa progression ces dernières années, ce dont ont profité les réseaux de marketing et de vente directs. Ce mode de distribution reposant essentiellement sur un réseau d'agences n'a pas pu tirer parti de la vie groupe, une activité qui nécessite une approche plus spécifique de la clientèle des entreprises et des grands groupes.

Evolution des principaux modes de distribution en vie groupe - 1er pilier inclus



3.4.4 Ensemble des opérations vie

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



Le volume des primes pour l'ensemble du marché de l'assurance vie est passé de 19,9 milliards d'euros en 2006 à 21,2 milliards d'euros en 2007. L'encaissement total réalisé en 2007 atteint ainsi un niveau se situant quelque part entre ceux de 2004 et 2005. La croissance de 2007 n'est donc pas suffisante pour pallier les effets négatifs de la nouvelle taxe sur les assurances-vie individuelles pour le volume total des primes. La perte en termes d'encaissement observée en 2007 par rapport à 2005 est principalement due aux opérations d'assurances-vie individuelles.

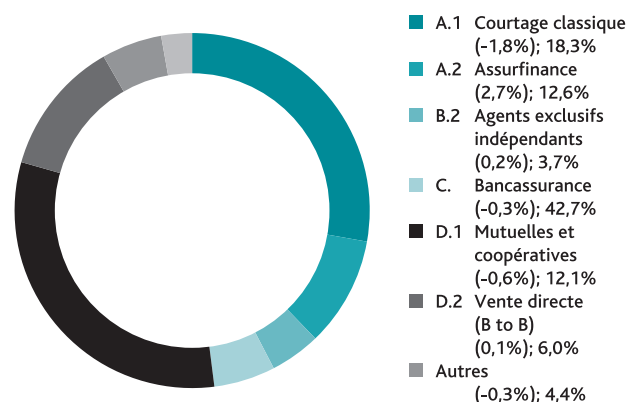
Tous les canaux de distribution enregistrent une croissance du volume des primes en 2007 (par rapport à 2006) mais pas dans la même mesure. L'encaissement des réseaux non exclusifs, des réseaux exclusifs, de la bancassurance et des assureurs directs a progressé en 2007 respectivement de 11 % (+ 0,7 milliard d'euros), 7 % (+57,9 millions d'euros), 5,8% (+0,5 milliard d'euros) et 1,1% (+45,7 millions d'euros).

La **bancassurance** enregistre un recul pour la deuxième année consécutive. Sa part de marché pour l'ensemble des opérations d'assurance-vie diminue de 0,3 point de pourcentage pour s'établir à 42,7 % de l'encaissement. Ce canal conserve néanmoins sa position de leader dans la distribution de produits d'assurance sur la vie, principalement en vie individuelle branche 23.

L'**assurfinance** est le seul mode de distribution à accroître sa part de marché (12,6 % en 2007 contre 9,9 % en 2006). Cette progression se fait surtout aux dépens d'autres formes de courtage (-1,4 point de pourcentage) et des **réseaux directs** (- 1,1 point de pourcentage). Les réseaux non exclusifs hors assurfinance conservent néanmoins leur seconde position avec 20,8% de l'ensemble des primes.

La part de marché des **réseaux exclusifs** ne change pas et se maintient à 4,1 % de l'ensemble de l'activité.

Répartition de l'encaissement en vie en 2007 (évolution par rapport à 2006)

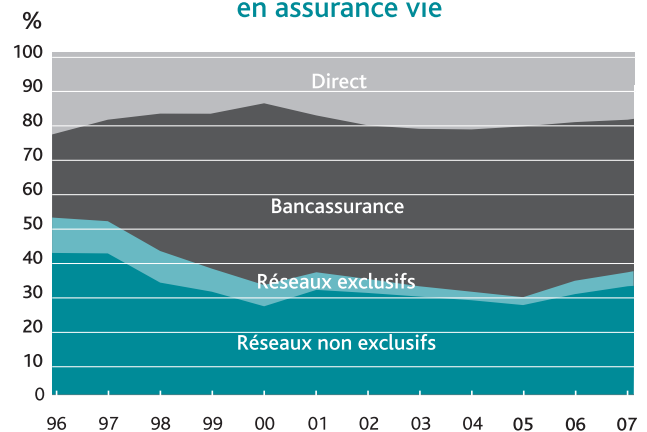


Par comparaison avec les résultats de 1996, tant les **réseaux non exclusifs** et **exclusifs** que les **assureurs directs** ont perdu en 2007 des parts de marché au profit de la bancassurance (respectivement – 10,3 points de pourcentage, –5,7 points de pourcentage et – 3,8 points de pourcentage). La **bancassurance** a notamment 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 de pourcentage, 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 liés à des fonds d'investissement en 2004 et 2005 se traduit par une augmentation des parts de marché de la bancassurance et, dans une moindre mesure, du canal direct.

Evolution des principaux modes de distribution en assurance vie



18 4. Tableaux : répartition de l'encaissement et parts de marché

Exercice 2007

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	1 420 695 783	682 509 453	129 343 659	7 953 774
▶ Individuelle	562 774 897	418 853 655	18 797 957	836 966
▶ Collective	857 123 171	263 086 045	110 545 702	7 116 493
▶ Dépendance	797 708	569 753	0	315
2. AUTOMOBILES	3 088 971 608	1 766 479 393	130 055 108	15 364 132
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	2 097 467 966	1 169 806 499	171 282 994	3 516 387
▶ Habitations	1 285 095 273	730 853 571	24 153 421	565 604
▶ Autres risques simples	436 111 857	276 429 641	23 893 335	976 803
▶ Risques spéciaux	376 260 827	162 523 286	123 236 238	1 973 981
4. RESPONSABILITE CIVILE	717 583 043	394 986 773	97 287 227	3 726 403
▶ Vie privée	175 240 173	101 921 889	3 294 672	105 250
▶ Autres	542 342 858	293 064 883	93 992 555	3 621 153
5. TRANSPORT	217 869 962	92 004 988	97 302 177	15 599 238
6. AUTRES OPERATIONS IARD	807 736 816	370 051 928	59 113 181	65 021 989
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	1 126 296 169	544 402 168	226 580 358	2 369 745
8. VIE INDIVIDUELLE	17 050 690 354	5 614 986 937	82 363 602	3 848 462
▶ Court terme prime unique	221 828 390	36 257 855	10 292	0
▶ Epargne pension	778 405 750	255 910 262	1 602 100	0
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	470 336 056	170 690 219	1 576 512	0
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	1 186 430 080	448 734 524	3 434 107	0
▶ Autres opérations branche 21	11 362 844 845	3 754 447 989	69 867 231	0
▶ Branche 23	2 989 147 909	698 837 697	2 928 351	0
9. VIE GROUPE	4 164 605 690	956 250 235	428 332 710	11 807 472
▶ Primes fixées et flexibles	3 104 056 911	783 108 734	291 099 329	0
▶ Primes uniques	1 060 519 546	155 578 636	135 046 099	0
TOTAL NON-VIE	9 476 621 347	5 020 241 201	910 964 704	113 551 669
▶ Particuliers	5 789 200 785	3 333 405 848	235 414 340	81 894 256
▶ Entreprises	3 687 420 534	1 686 835 353	675 550 364	31 657 413
TOTAL VIE	21 215 296 044	6 571 237 172	510 696 312	15 655 934
TOTAL NON-VIE ET VIE	30 691 917 391	11 591 478 373	1 421 661 016	129 207 602
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES				
10. VIE INDIVIDUELLE	12 864 982 621	4 120 320 357	66 036 927	2 505 503
▶ Court terme prime unique	221 828 390	36 264 989	8 215	0
▶ Epargne pension	133 896 432	28 547 188	107 913	0
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	128 274 436	58 292 666	657 051	0
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	266 634 227	102 890 679	76 098	0
▶ Autres opérations indiv branche 21	9 407 148 303	3 119 559 144	60 390 099	0
▶ Branche 23	2 704 745 404	626 981 267	2 880 230	0
11. VIE GROUPE	1 155 119 327	228 761 263	146 567 920	2 981 141
▶ Primes fixées et flexibles	158 369 173	70 803 383	11 391 921	0
▶ Primes uniques	996 750 151	153 523 622	134 623 756	0

Réseaux exclusifs		Bancassurance : réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires	Direct		
Agents exclusifs salariés	Agents exclusifs indépendants		Mutuelles & coopératives	Vente et mar- keting direct + commerce électronique	Autres directs
2 269 864	72 889 431	116 027 018	198 385 478	205 737 608	5 579 497
2 013 805	40 922 094	26 966 370	33 179 900	17 000 989	4 203 162
241 300	31 933 619	88 905 833	165 200 634	188 717 215	1 376 335
14 759	33 718	154 815	4 944	19 404	0
11 030 205	374 809 621	168 956 232	422 806 903	114 488 026	84 981 986
11 177 779	281 219 303	235 797 148	179 611 974	32 523 425	12 532 450
7 467 695	179 774 595	224 866 151	99 487 701	13 212 231	4 714 302
3 093 931	77 878 584	9 138 178	30 681 313	9 660 572	4 359 502
616 153	23 566 124	1 792 818	49 442 960	9 650 622	3 458 646
2 945 719	62 739 536	27 359 206	98 737 629	26 355 120	3 445 429
1 159 889	27 266 413	25 708 926	13 484 625	1 675 885	622 624
1 785 830	35 473 123	1 650 280	85 253 004	24 679 235	2 822 806
3 763 911	1 167 054	130 258	5 203 640	2 699 767	-1 070
8 290 699	57 788 578	28 530 417	62 056 243	138 594 630	18 289 154
1 040 422	70 143 317	1 003 128	239 913 821	39 152 040	1 691 169
87 987 023	602 499 918	8 981 964 983	1 358 063 398	256 582 205	62 393 822
3 760 661	670 051	174 209 659	6 419 855	15 556	484 460
10 997 404	190 205 904	247 091 230	34 783 005	919 000	16 160 434
870 836	17 632 432	252 966 304	10 531 920	370 190	766 792
21 274 562	141 285 491	456 889 364	57 851 618	881 787	14 927 960
51 042 015	225 341 919	5 762 290 862	1 085 209 287	238 172 988	29 196 436
41 545	27 364 121	2 085 830 554	163 267 713	323 354	857 739
1 592 449	186 721 210	86 707 329	1 214 139 826	1 264 027 855	15 026 605
1 453 057	126 962 593	67 337 128	990 922 597	803 771 966	12 870 453
139 393	59 758 617	19 370 201	223 217 229	460 142 987	2 156 152
40 518 599	920 756 840	577 803 407	1 206 715 687	559 550 617	126 518 615
24 342 052	680 595 020	475 182 912	631 020 315	214 534 817	112 811 228
16 176 548	240 161 820	102 620 495	575 695 372	345 015 800	13 707 387
89 579 473	789 221 128	9 068 672 312	2 572 203 224	1 520 610 060	77 420 427
130 098 072	1 709 977 968	9 646 475 719	3 778 918 911	2 080 160 677	203 939 041
23 631 923	225 754 465	6 859 401 713	1 307 087 483	227 222 173	27 657 975
3 760 661	665 374	174 209 659	6 419 855	15 556	484 081
3 637 735	29 881 727	42 437 779	25 759 992	118 174	412 627
66 111	2 147 623	61 108 589	1 932 067	91 083	163 363
2 511 281	10 522 279	114 124 205	34 622 629	51 780	222 574
13 614 591	155 716 338	4 589 864 967	1 076 707 774	224 173 200	26 352 823
41 544	26 821 124	1 877 656 514	161 645 166	316 955	22 507
182 858	68 451 822	18 114 863	218 761 801	468 997 951	2 299 708
0	12 362 693	7 943 491	11 661 536	41 187 382	161 357
182 858	56 089 129	10 171 372	207 100 265	427 810 568	2 138 351

20 Ventilation des parts de marchés

Exercice 2007

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%	48,0%	9,1%	0,6%
▶ Individuelle	100%	74,4%	3,3%	0,1%
▶ Collective	100%	30,7%	12,9%	0,8%
▶ Dépendance	100%	71,4%	0,0%	0,0%
2. AUTOMOBILES	100%	57,2%	4,2%	0,5%
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	100%	55,8%	8,2%	0,2%
▶ Habitations	100%	56,9%	1,9%	0,0%
▶ Autres risques simples	100%	63,4%	5,5%	0,2%
▶ Risques spéciaux	100%	43,2%	32,8%	0,5%
4. RESPONSABILITE CIVILE	100%	55,0%	13,6%	0,5%
▶ Vie privée	100%	58,2%	1,9%	0,1%
▶ Autres	100%	54,0%	17,3%	0,7%
5. TRANSPORT	100%	42,2%	44,7%	7,2%
6. AUTRES OPERATIONS IARD	100%	45,8%	7,3%	8,0%
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	100%	48,3%	20,1%	0,2%
8. VIE INDIVIDUELLE	100%	32,9%	0,5%	0,0%
▶ Court terme prime unique	100%	16,3%	0,0%	0,0%
▶ Epargne pension	100%	33,8%	0,2%	0,0%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	37,5%	0,3%	0,0%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	39,2%	0,3%	0,0%
▶ Autres opérations branche 21	100%	33,5%	0,6%	0,0%
▶ Branche 23	100%	23,5%	0,1%	0,0%
9. VIE GROUPE	100%	23,0%	10,3%	0,3%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	25,4%	9,5%	0,0%
▶ Primes uniques	100%	14,7%	12,8%	0,0%
TOTAL NON-VIE	100%	53,0%	9,6%	1,2%
▶ Particuliers	100%	57,6%	4,1%	1,4%
▶ Entreprises	100%	45,7%	18,3%	0,9%
TOTAL VIE	100%	31,0%	2,4%	0,1%
TOTAL NON-VIE ET VIE	100%	37,8%	4,6%	0,4%
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES				
10. VIE INDIVIDUELLE	100%	32,0%	0,5%	0,0%
▶ Court terme prime unique	100%	16,3%	0,0%	0,0%
▶ Epargne pension	100%	21,8%	0,1%	0,0%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	46,8%	0,5%	0,0%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	38,8%	0,0%	0,0%
▶ Autres opérations indiv branche 21	100%	33,7%	0,7%	0,0%
▶ Branche 23	100%	23,3%	0,1%	0,0%
11. VIE GROUPE	100%	19,8%	12,7%	0,3%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	45,5%	7,3%	0,0%
▶ Primes uniques	100%	15,5%	13,6%	0,0%

Réseaux exclusifs		Bancassurance : réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires	Direct		
Agents exclusifs salariés	Agents exclusifs indépendants		Mutuelles & coopératives	Vente et mar- keting direct + commerce électronique	Autres directs
0,2%	5,1%	8,2%	14,0%	14,5%	0,4%
0,4%	7,3%	4,8%	5,9%	3,0%	0,7%
0,0%	3,7%	10,4%	19,3%	22,0%	0,2%
1,9%	4,2%	19,4%	0,6%	2,4%	0,0%
0,4%	12,1%	5,5%	13,7%	3,7%	2,8%
0,5%	13,4%	11,2%	8,6%	1,6%	0,6%
0,6%	14,0%	17,5%	7,7%	1,0%	0,4%
0,7%	17,9%	2,1%	7,0%	2,2%	1,0%
0,2%	6,3%	0,5%	13,1%	2,6%	0,9%
0,4%	8,7%	3,8%	13,8%	3,7%	0,5%
0,7%	15,6%	14,7%	7,7%	1,0%	0,4%
0,3%	6,5%	0,3%	15,7%	4,6%	0,5%
1,7%	0,5%	0,1%	2,4%	1,2%	0,0%
1,0%	7,2%	3,5%	7,7%	17,2%	2,3%
0,1%	6,2%	0,1%	21,3%	3,5%	0,2%
0,5%	3,5%	52,7%	8,0%	1,5%	0,4%
1,7%	0,3%	78,5%	2,9%	0,0%	0,2%
1,5%	25,1%	32,6%	4,6%	0,1%	2,1%
0,2%	3,9%	55,5%	2,3%	0,1%	0,2%
1,9%	12,3%	39,9%	5,1%	0,1%	1,3%
0,5%	2,0%	51,4%	9,7%	2,1%	0,3%
0,0%	0,9%	70,0%	5,5%	0,0%	0,0%
0,0%	4,5%	2,1%	29,2%	30,4%	0,4%
0,0%	4,1%	2,2%	32,2%	26,1%	0,4%
0,0%	5,7%	1,8%	21,1%	43,6%	0,2%
0,4%	9,7%	6,1%	12,7%	5,9%	1,3%
0,4%	11,8%	8,2%	10,9%	3,7%	1,9%
0,4%	6,5%	2,8%	15,6%	9,4%	0,4%
0,4%	3,7%	42,7%	12,1%	7,2%	0,4%
0,4%	5,6%	31,4%	12,3%	6,8%	0,7%
0,2%	1,8%	53,3%	10,2%	1,8%	0,2%
1,7%	0,3%	78,5%	2,9%	0,0%	0,2%
2,8%	22,8%	32,4%	19,7%	0,1%	0,3%
0,1%	1,7%	49,1%	1,6%	0,1%	0,1%
0,9%	4,0%	43,1%	13,1%	0,0%	0,1%
0,1%	1,7%	49,5%	11,6%	2,4%	0,3%
0,0%	1,0%	69,6%	6,0%	0,0%	0,0%
0,0%	5,9%	1,6%	18,9%	40,6%	0,2%
0,0%	7,9%	5,1%	7,5%	26,5%	0,1%
0,0%	5,7%	1,0%	20,9%	43,1%	0,2%

22 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	1 322 069 227	688 268 530	118 715 945	4 726 669
▶ Individuelle	528 842 100	376 299 219	17 569 341	884 232
▶ Collective	792 549 898	311 404 498	101 146 604	3 842 128
▶ Dépendance	677 224	564 813	0	309
2. AUTOMOBILES	3 033 503 233	1 730 229 224	126 829 621	14 180 869
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	1 944 209 121	1 067 263 137	197 700 437	3 461 230
▶ Habitations	1 178 372 328	673 923 049	24 098 847	562 718
▶ Autres risques simples	395 383 034	236 454 555	41 844 326	789 140
▶ Risques spéciaux	370 453 740	156 885 532	131 757 262	2 109 372
4. RESPONSABILITE CIVILE	687 666 698	353 057 820	122 100 505	3 375 278
▶ Vie privée	169 423 584	99 983 296	2 337 597	99 923
▶ Autres	518 243 098	253 074 523	119 762 907	3 275 355
5. TRANSPORT	225 219 601	75 394 013	89 253 549	46 389 572
6. AUTRES OPERATIONS IARD	763 474 030	344 327 660	63 427 439	65 031 953
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	1 083 412 004	498 399 422	259 418 726	2 340 379
8. VIE INDIVIDUELLE	16 065 566 277	5 051 795 913	52 037 012	3 125 846
▶ Court terme prime unique	173 450 888	24 680 361	4 100	0
▶ Epargne pension	727 117 992	237 300 383	1 111 345	0
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	457 259 153	162 132 751	1 727 675	0
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	1 110 856 797	436 921 760	2 456 041	0
▶ Autres opérations branche 21	9 575 604 419	3 229 813 026	39 272 828	0
▶ Branche 23	3 976 282 473	751 618 392	5 072 991	0
9. VIE GROUPE	3 844 903 820	931 158 094	344 664 216	11 643 422
▶ Primes fixées et flexibles	2 976 857 001	764 007 019	284 990 794	0
▶ Primes uniques	866 121 622	149 832 224	57 516 531	0
TOTAL NON-VIE	9 059 553 913	4 756 939 806	977 446 223	139 505 949
▶ Particuliers	5 552 663 713	3 172 256 795	234 262 845	80 760 004
▶ Entreprises	3 506 890 160	1 584 683 009	743 183 375	58 745 945
TOTAL VIE	19 910 470 097	5 982 954 007	396 701 228	14 769 267
TOTAL NON-VIE ET VIE	28 970 024 010	10 739 893 813	1 374 147 452	154 275 216
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES				
10. VIE INDIVIDUELLE	12 250 815 044	3 795 719 086	31 980 887	2 391 988
▶ Court terme prime unique	173 450 888	24 681 561	2 657	0
▶ Epargne pension	123 094 822	30 932 111	28 646	0
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	121 102 738	50 723 722	529 097	0
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	249 176 908	88 018 542	18 180	0
▶ Autres opérations indiv branche 21	7 927 593 225	2 781 075 032	28 255 022	0
▶ Branche 23	3 650 461 323	676 686 138	1 316 833	0
11. VIE GROUPE	943 634 806	200 041 871	52 306 710	2 645 708
▶ Primes fixées et flexibles	131 090 096	52 237 964	7 624 657	0
▶ Primes uniques	812 544 709	143 868 584	44 191 948	0

Réseaux exclusifs		Bancassurance : réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires	Direct		
Agents exclusifs salariés	Agents exclusifs indépendants		Mutuelles & coopératives	Vente et mar- keting direct + commerce électronique	Autres directs
4 131 307	71 473 461	108 574 839	167 757 207	145 522 158	12 898 068
3 864 596	39 530 628	37 331 627	31 780 783	16 554 669	5 027 005
253 737	31 909 362	71 200 345	135 973 418	128 948 736	7 871 063
12 975	33 471	42 867	3 006	18 753	0
13 525 434	364 554 825	165 886 502	408 157 024	106 286 275	103 853 461
10 876 083	257 961 820	203 313 272	158 854 414	29 283 541	15 495 176
8 076 130	164 666 795	198 557 113	89 423 177	12 736 829	6 327 669
2 399 433	71 019 406	3 031 726	26 352 691	8 948 329	4 543 430
400 519	22 275 619	1 724 433	43 078 546	7 598 383	4 624 076
4 014 401	60 426 325	25 289 008	91 478 593	23 511 338	4 413 420
1 258 806	27 109 561	23 550 061	12 601 586	1 681 931	800 822
2 755 594	33 316 764	1 738 946	78 877 007	21 829 407	3 612 597
3 799 254	1 170 587	28 674	4 116 447	5 317 108	-249 603
8 469 113	55 102 962	25 103 904	63 515 327	120 133 978	18 361 699
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	321 256 326	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	7 254 147	2 239 129
1 583 103	154 640 080	58 448 183	1 159 139 654	1 167 550 484	16 076 585
1 443 711	117 966 740	45 106 040	932 656 985	792 490 851	14 398 068
139 393	36 673 340	13 342 143	226 482 670	374 777 467	1 678 517
46 032 655	875 321 316	529 805 859	1 117 308 380	460 366 862	156 825 807
30 140 773	650 998 242	450 472 074	605 480 903	193 920 397	134 370 656
15 891 880	224 323 074	79 333 785	511 827 477	266 446 465	22 455 151
111 169 917	709 765 075	8 570 591 274	2 529 351 914	1 488 806 810	106 360 597
157 202 572	1 585 086 391	9 100 397 133	3 646 660 294	1 949 173 672	263 186 404
12 699 803	214 988 573	6 530 422 204	1 318 235 282	296 194 514	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	3 347 729 031	1 150 868 162	290 116 102	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	383 521 952	1 940 053
0	11 900 752	5 281 809	12 960 316	36 892 339	311 418
139 393	37 014 075	13 342 143	222 540 022	346 629 613	1 628 635

24 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%	3,3%	0,2%
▶ Collective	100%	39,3%	12,8%	0,5%
▶ Dépendance	100%	83,5%	0,0%	0,0%
2. AUTOMOBILES	100%	57,0%	4,2%	0,5%
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	100%	54,9%	10,2%	0,2%
▶ Habitations	100%	57,2%	2,0%	0,0%
▶ Autres risques simples	100%	59,8%	10,6%	0,2%
▶ Risques spéciaux	100%	42,3%	35,6%	0,6%
4. RESPONSABILITE CIVILE	100%	51,3%	17,8%	0,5%
▶ Vie privée	100%	59,0%	1,4%	0,1%
▶ Autres	100%	48,8%	23,1%	0,6%
5. TRANSPORT	100%	33,5%	39,6%	20,6%
6. AUTRES OPERATIONS IARD	100%	45,1%	8,3%	8,5%
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	100%	46,0%	23,9%	0,2%
8. VIE INDIVIDUELLE	100%	31,4%	0,3%	0,0%
▶ Court terme prime unique	100%	14,2%	0,0%	0,0%
▶ Epargne pension	100%	33,5%	0,2%	0,0%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	36,7%	0,4%	0,0%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	39,7%	0,2%	0,0%
▶ Autres opérations branche 21	100%	34,2%	0,4%	0,0%
▶ Branche 23	100%	19,0%	0,1%	0,0%
9. VIE GROUPE	100%	24,2%	9,0%	0,3%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	25,9%	9,7%	0,0%
▶ Primes uniques	100%	17,4%	6,7%	0,0%
TOTAL NON-VIE	100%	52,5%	10,8%	1,5%
▶ Particuliers	100%	57,1%	4,2%	1,5%
▶ Entreprises	100%	45,2%	21,2%	1,7%
TOTAL VIE	100%	30,0%	2,0%	0,1%
TOTAL NON-VIE ET VIE	100%	37,1%	4,7%	0,5%
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES				
10. VIE INDIVIDUELLE	100%	31,0%	0,3%	0,0%
▶ Court terme prime unique	100%	14,2%	0,0%	0,0%
▶ Epargne pension	100%	25,7%	0,0%	0,0%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	43,1%	0,4%	0,0%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	35,6%	0,0%	0,0%
▶ Autres opérations indiv branche 21	100%	35,7%	0,4%	0,0%
▶ Branche 23	100%	18,6%	0,0%	0,0%
11. VIE GROUPE	100%	21,2%	5,5%	0,3%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	41,1%	6,0%	0,0%
▶ Primes uniques	100%	17,8%	5,5%	0,0%

Réseaux exclusifs		Bancassurance : réseaux exclusifs en assurance avec activités bancaires	Direct		
Agents exclusifs salariés	Agents exclusifs indépendants		Mutuelles & coopératives	Vente et mar- keting direct + commerce électronique	Autres directs
0,3%	5,4%	8,2%	12,7%	11,0%	1,0%
0,7%	7,5%	7,1%	6,0%	3,1%	1,0%
0,0%	4,0%	9,0%	17,2%	16,3%	1,0%
1,9%	4,9%	6,3%	0,4%	2,8%	0,0%
0,4%	12,0%	5,5%	13,5%	3,5%	3,4%
0,6%	13,3%	10,5%	8,2%	1,5%	0,8%
0,7%	14,0%	16,9%	7,6%	1,1%	0,5%
0,6%	18,0%	0,8%	6,7%	2,3%	1,1%
0,1%	6,0%	0,5%	11,6%	2,1%	1,2%
0,6%	8,8%	3,7%	13,3%	3,4%	0,6%
0,7%	16,0%	13,9%	7,4%	1,0%	0,5%
0,5%	6,4%	0,3%	15,2%	4,2%	0,7%
1,7%	0,5%	0,0%	1,8%	2,4%	-0,1%
1,1%	7,2%	3,3%	8,3%	15,7%	2,4%
0,1%	6,0%	0,1%	20,6%	2,8%	0,2%
0,7%	3,5%	53,0%	8,5%	2,0%	0,6%
1,0%	0,2%	82,2%	0,3%	1,9%	0,1%
2,6%	23,9%	33,1%	4,3%	0,1%	2,4%
0,2%	4,0%	55,9%	2,5%	0,1%	0,2%
2,0%	12,5%	39,2%	4,8%	0,1%	1,5%
0,7%	2,1%	46,6%	12,3%	3,1%	0,6%
0,0%	0,8%	77,0%	2,9%	0,2%	0,1%
0,0%	4,0%	1,5%	30,1%	30,4%	0,4%
0,0%	4,0%	1,5%	31,6%	26,8%	0,5%
0,0%	4,3%	1,6%	26,3%	43,6%	0,2%
0,5%	9,7%	5,8%	12,3%	5,1%	1,7%
0,5%	11,7%	8,1%	10,9%	3,5%	2,4%
0,5%	6,4%	2,3%	14,6%	7,6%	0,6%
0,6%	3,6%	43,0%	12,7%	7,5%	0,5%
0,5%	5,5%	31,4%	12,6%	6,7%	0,9%
0,1%	1,8%	53,3%	10,8%	2,4%	0,4%
1,0%	0,2%	82,2%	0,3%	1,9%	0,1%
2,7%	22,2%	31,3%	17,7%	0,0%	0,3%
0,1%	1,7%	52,2%	2,3%	0,0%	0,1%
1,1%	3,9%	46,9%	12,4%	0,0%	0,1%
0,1%	1,9%	42,9%	14,8%	3,7%	0,6%
0,0%	0,7%	77,6%	3,1%	0,0%	0,0%
0,0%	5,2%	2,0%	25,0%	40,6%	0,2%
0,0%	9,4%	4,2%	10,2%	29,0%	0,2%
0,0%	4,6%	1,6%	27,5%	42,8%	0,2%

26 Ventilation des encaissements

Exercice 2007

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					
▶ Individuelle	1 420 695 783	819 806 886	75 159 295	116 027 018	409 702 583
▶ Collective	562 774 897	438 488 578	42 935 899	26 966 370	54 384 051
▶ Dépendance	857 123 171	380 748 239	32 174 919	88 905 833	355 294 184
2. AUTOMOBILES	797 708	570 068	48 477	154 815	24 348
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	3 088 971 608	1 911 898 634	385 839 827	168 956 232	622 276 915
▶ Habitations	2 097 467 966	1 344 605 880	292 397 081	235 797 148	224 667 850
▶ Autres risques simples	1 285 095 273	755 572 596	187 242 290	224 866 151	117 414 234
▶ Risques spéciaux	436 111 857	301 299 779	80 972 514	9 138 178	44 701 387
4. RESPONSABILITE CIVILE	376 260 827	287 733 505	24 182 277	1 792 818	62 552 228
▶ Vie privée	717 583 043	496 000 403	65 685 255	27 359 206	128 538 178
▶ Autres	175 240 173	105 321 812	28 426 301	25 708 926	15 783 133
5. TRANSPORT	542 342 858	390 678 591	37 258 954	1 650 280	112 755 044
6. AUTRES OPERATIONS IARD	217 869 962	204 906 402	4 930 965	130 258	7 902 337
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	807 736 816	494 187 097	66 079 277	28 530 417	218 940 026
8. VIE INDIVIDUELLE	1 126 296 169	773 352 272	71 183 739	1 003 128	280 757 030
▶ Court terme prime unique	17 050 690 354	5 701 199 001	690 486 941	8 981 964 983	1 677 039 425
▶ Epargne pension	221 828 390	36 268 147	4 430 712	174 209 659	6 919 871
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	778 405 750	257 512 362	201 203 308	247 091 230	51 862 439
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	470 336 056	172 266 731	18 503 268	252 966 304	11 668 902
▶ Autres opérations branche 21	1 186 430 080	452 168 632	162 560 053	456 889 364	73 661 365
▶ Branche 23	11 362 844 845	3 824 315 220	276 383 935	5 762 290 862	1 352 578 711
9. VIE GROUPE	2 989 147 909	701 766 047	27 405 665	2 085 830 554	164 448 807
▶ Primes fixées et flexibles	4 164 605 690	1 396 390 417	188 313 659	86 707 329	2 493 194 285
▶ Primes uniques	3 104 056 911	1 074 208 063	128 415 650	67 337 128	1 807 565 016
TOTAL NON-VIE	1 060 519 546	290 624 735	59 898 009	19 370 201	685 516 368
▶ Particuliers	9 476 621 347	6 044 757 574	961 275 440	577 803 407	1 892 784 918
▶ Entreprises	5 789 200 785	3 650 714 444	704 937 072	475 182 912	958 366 360
TOTAL VIE	3 687 420 534	2 394 043 130	256 338 368	102 620 495	934 418 559
TOTAL NON-VIE ET VIE	21 215 296 044	7 097 589 418	878 800 600	9 068 672 312	4 170 233 710
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES	30 691 917 391	13 142 346 991	1 840 076 040	9 646 475 719	6 063 018 629
10. VIE INDIVIDUELLE	12 864 982 621	4 188 862 786	249 386 387	6 859 401 713	1 561 967 631
▶ Court terme prime unique	221 828 390	36 273 204	4 426 035	174 209 659	6 919 492
▶ Epargne pension	133 896 432	28 655 101	33 519 462	42 437 779	26 290 793
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	128 274 436	58 949 718	2 213 734	61 108 589	2 186 512
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	266 634 227	102 966 777	13 033 560	114 124 205	34 896 982
▶ Autres opérations indiv branche 21	9 407 148 303	3 179 949 243	169 330 928	4 589 864 967	1 327 233 797
▶ Branche 23	2 704 745 404	629 861 498	26 862 667	1 877 656 514	161 984 629
11. VIE GROUPE	1 155 119 327	378 310 323	68 634 679	18 114 863	690 059 460
▶ Primes fixées et flexibles	158 369 173	82 195 304	12 362 693	7 943 491	53 010 276
▶ Primes uniques	996 750 151	288 147 377	56 271 987	10 171 372	637 049 184

(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)
PARTS DE MARCHÉ					
1. ACCIDENTS ET MALADIE					
▶ Individuelle	100%	57,7%	5,3%	8,2%	28,8%
▶ Collective	100%	77,9%	7,6%	4,8%	9,7%
▶ Dépendance	100%	44,4%	3,8%	10,4%	41,5%
2. AUTOMOBILES	100%	71,5%	6,1%	19,4%	3,1%
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	100%	61,9%	12,5%	5,5%	20,1%
▶ Habitations	100%	64,1%	13,9%	11,2%	10,7%
▶ Autres risques simples	100%	58,8%	14,6%	17,5%	9,1%
▶ Risques spéciaux	100%	69,1%	18,6%	2,1%	10,2%
4. RESPONSABILITE CIVILE	100%	76,5%	6,4%	0,5%	16,6%
▶ Vie privée	100%	69,1%	9,2%	3,8%	17,9%
▶ Autres	100%	60,1%	16,2%	14,7%	9,0%
5. TRANSPORT	100%	72,0%	6,9%	0,3%	20,8%
6. AUTRES OPERATIONS IARD	100%	94,0%	2,3%	0,1%	3,6%
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	100%	61,2%	8,2%	3,5%	27,1%
8. VIE INDIVIDUELLE	100%	68,7%	6,3%	0,1%	24,9%
▶ Court terme prime unique	100%	33,4%	4,0%	52,7%	9,8%
▶ Epargne pension	100%	16,3%	2,0%	78,5%	3,1%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	34,0%	26,6%	32,6%	6,8%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	37,8%	4,1%	55,5%	2,6%
▶ Autres opérations branche 21	100%	39,5%	14,2%	39,9%	6,4%
▶ Branche 23	100%	34,1%	2,5%	51,4%	12,1%
9. VIE GROUPE	100%	23,6%	0,9%	70,0%	5,5%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	33,5%	4,5%	2,1%	59,9%
▶ Primes uniques	100%	34,9%	4,2%	2,2%	58,7%
TOTAL NON-VIE	100%	27,5%	5,7%	1,8%	65,0%
▶ Particuliers	100%	63,8%	10,1%	6,1%	20,0%
▶ Entreprises	100%	63,1%	12,2%	8,2%	16,6%
TOTAL VIE	100%	64,9%	7,0%	2,8%	25,3%
TOTAL NON-VIE ET VIE	100%	33,5%	4,1%	42,7%	19,7%
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES					
10. VIE INDIVIDUELLE	100%	32,6%	1,9%	53,3%	12,1%
▶ Court terme prime unique	100%	16,4%	2,0%	78,5%	3,1%
▶ Epargne pension	100%	21,9%	25,6%	32,4%	20,1%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	47,4%	1,8%	49,1%	1,8%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	38,9%	4,9%	43,1%	13,2%
▶ Autres opérations indiv branche 21	100%	34,3%	1,8%	49,5%	14,3%
▶ Branche 23	100%	23,4%	1,0%	69,6%	6,0%
11. VIE GROUPE	100%	32,8%	5,9%	1,6%	59,7%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	52,9%	7,9%	5,1%	34,1%
▶ Primes uniques	100%	29,1%	5,7%	1,0%	64,2%

28 Ventilation des encaissements

Exercice 2006

Canaux de distribution (Synthétique)

(En euros)	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					
▶ Individuelle	1 322 069 227	811 711 144	75 604 769	108 574 839	326 177 433
▶ Collective	528 842 100	394 752 792	43 395 224	37 331 627	53 362 457
▶ Dépendance	792 549 898	416 393 230	32 163 099	71 200 345	272 793 218
2. AUTOMOBILES	677 224	565 122	46 446	42 867	21 759
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	3 033 503 233	1 871 239 714	378 080 259	165 886 502	618 296 760
▶ Habitations	1 944 209 121	1 268 424 805	268 837 903	203 313 272	203 633 132
▶ Autres risques simples	1 178 372 328	698 584 614	172 742 925	198 557 113	108 487 676
▶ Risques spéciaux	395 383 034	279 088 021	73 418 839	3 031 726	39 844 451
4. RESPONSABILITE CIVILE	370 453 740	290 752 166	22 676 137	1 724 433	55 301 005
▶ Vie privée	687 666 698	478 533 604	64 440 726	25 289 008	119 403 351
▶ Autres	169 423 584	102 420 817	28 368 367	23 550 061	15 084 340
5. TRANSPORT	518 243 098	376 112 785	36 072 358	1 738 946	104 319 011
6. AUTRES OPERATIONS IARD	225 219 601	211 037 134	4 969 841	28 674	9 183 952
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	763 474 030	472 787 052	63 572 075	25 103 904	202 011 003
8. VIE INDIVIDUELLE	1 083 412 004	760 158 527	65 848 400	1 609 661	255 795 418
▶ Court terme prime unique	16 065 566 277	5 106 958 771	664 711 809	8 512 143 091	1 781 752 598
▶ Epargne pension	173 450 888	24 684 461	2 127 292	142 632 522	4 006 613
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	727 117 992	238 411 728	187 560 719	234 193 816	48 326 014
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	457 259 153	163 860 426	18 732 788	247 117 790	12 245 541
▶ Autres opérations branche 21	1 110 856 797	439 377 801	159 984 665	431 838 200	70 557 200
▶ Branche 23	9 575 604 419	3 269 085 854	262 709 548	4 402 062 330	1 506 558 148
9. VIE GROUPE	3 976 282 473	756 691 383	33 596 797	3 051 397 077	122 920 455
▶ Primes fixées et flexibles	3 844 903 820	1 287 465 731	156 223 183	58 448 183	2 342 766 722
▶ Primes uniques	2 976 857 001	1 048 997 813	119 410 451	45 106 040	1 739 545 904
TOTAL NON-VIE	866 121 622	207 348 755	36 812 733	13 342 143	602 938 653
▶ Particuliers	9 059 553 913	5 873 891 978	921 353 971	529 805 859	1 734 501 049
▶ Entreprises	5 552 663 713	3 487 279 644	681 139 015	450 472 074	933 771 956
TOTAL VIE	3 506 890 160	2 386 612 329	240 214 954	79 333 785	800 729 093
TOTAL NON-VIE ET VIE	19 910 470 097	6 394 424 503	820 934 992	8 570 591 274	4 124 519 320
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES					
10. VIE INDIVIDUELLE	12 250 815 044	3 830 091 961	227 688 376	6 530 422 204	1 662 612 500
▶ Court terme prime unique	173 450 888	24 684 218	2 178 862	142 581 760	4 006 048
▶ Epargne pension	123 094 822	30 960 758	29 958 043	37 673 472	21 817 342
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	121 102 738	51 252 819	2 120 162	61 457 091	2 866 346
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	249 176 908	88 036 722	12 453 739	116 125 190	30 974 476
▶ Autres opérations indiv branche 21	7 927 593 225	2 809 330 054	155 581 933	3 347 729 031	1 487 823 386
▶ Branche 23	3 650 461 323	678 002 970	25 395 638	2 824 160 256	112 398 285
11. VIE GROUPE	943 634 806	257 994 289	49 054 220	18 623 953	620 962 343
▶ Primes fixées et flexibles	131 090 096	59 862 622	11 900 752	5 281 809	50 164 073
▶ Primes uniques	812 544 709	188 060 531	37 153 467	13 342 143	570 798 270

(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)
PARTS DE MARCHÉ					
1. ACCIDENTS ET MALADIE					
▶ Individuelle	100%	61,4%	5,7%	8,2%	24,7%
▶ Collective	100%	74,6%	8,2%	7,1%	10,1%
▶ Dépendance	100%	52,5%	4,1%	9,0%	34,4%
2. AUTOMOBILES	100%	83,6%	6,9%	6,3%	3,2%
3. INCENDIE ET AUTRES PERILS ASSIM.	100%	61,7%	12,5%	5,5%	20,4%
▶ Habitations	100%	65,2%	13,8%	10,5%	10,5%
▶ Autres risques simples	100%	59,3%	14,7%	16,9%	9,2%
▶ Risques spéciaux	100%	70,6%	18,6%	0,8%	10,1%
4. RESPONSABILITE CIVILE	100%	78,5%	6,1%	0,5%	14,9%
▶ Vie privée	100%	69,6%	9,4%	3,7%	17,4%
▶ Autres	100%	60,5%	16,7%	13,9%	8,9%
5. TRANSPORT	100%	72,6%	7,0%	0,3%	20,1%
6. AUTRES OPERATIONS IARD	100%	93,7%	2,2%	0,0%	4,1%
7. ACCIDENTS DU TRAVAIL	100%	61,9%	8,3%	3,3%	26,5%
8. VIE INDIVIDUELLE	100%	70,2%	6,1%	0,1%	23,6%
▶ Court terme prime unique	100%	31,8%	4,1%	53,0%	11,1%
▶ Epargne pension	100%	14,2%	1,2%	82,2%	2,3%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	33,7%	26,5%	33,1%	6,8%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	37,1%	4,2%	55,9%	2,8%
▶ Autres opérations branche 21	100%	39,9%	14,5%	39,2%	6,4%
▶ Branche 23	100%	34,6%	2,8%	46,6%	16,0%
9. VIE GROUPE	100%	19,1%	0,8%	77,0%	3,1%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	33,5%	4,1%	1,5%	60,9%
▶ Primes uniques	100%	35,5%	4,0%	1,5%	58,9%
TOTAL NON-VIE	100%	24,1%	4,3%	1,6%	70,1%
▶ Particuliers	100%	64,8%	10,2%	5,8%	19,1%
▶ Entreprises	100%	62,8%	12,3%	8,1%	16,8%
TOTAL VIE	100%	68,1%	6,8%	2,3%	22,8%
TOTAL NON-VIE ET VIE	100%	32,1%	4,1%	43,0%	20,7%
PRODUCTION AFFAIRES NOUVELLES					
10. VIE INDIVIDUELLE	100%	31,3%	1,9%	53,3%	13,6%
▶ Court terme prime unique	100%	14,2%	1,3%	82,2%	2,3%
▶ Epargne pension	100%	25,7%	24,9%	31,3%	18,1%
▶ Contrats liés à un prêt hypoth.	100%	43,5%	1,8%	52,2%	2,4%
▶ Autres assurances immunisées fiscalement	100%	35,6%	5,0%	46,9%	12,5%
▶ Autres opérations indiv branche 21	100%	36,0%	2,0%	42,9%	19,1%
▶ Branche 23	100%	18,6%	0,7%	77,6%	3,1%
11. VIE GROUPE	100%	27,0%	5,2%	2,0%	65,8%
▶ Primes fixées et flexibles	100%	47,1%	9,4%	4,2%	39,4%
▶ Primes uniques	100%	23,2%	4,6%	1,6%	70,5%

5. Définitions des canaux de distribution utilisés pour l'édition 2007

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 Megabrokers

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, Verspieren 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 tout cas l'entreprise d'assurances 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.

6. Principales conclusions de l'enquête

Assurance non-vie

Les **réseaux exclusifs et non exclusifs d'intermédiation** sont restés tout au long de la période d'observation, de 1996 à 2007, le canal de distribution prépondérant sur le marché de **l'assurance non-vie**. Ensemble, ces réseaux s'adjugent près de trois-quarts des parts de marché des activités non-vie. Ce chiffre est cependant en repli par rapport au niveau de 83,5% observé en 1996.

Depuis 2004, les **bancassureurs** ne réussissent pas à gagner du terrain sur le marché de l'assurance non-vie. Leur part de marché n'évolue pratiquement pas et reste confinée en 2007 à 5,8 % de l'encaissement. Les **assureurs directs** totalisent, grâce à plusieurs années de croissance soutenue, une part de marché de 20 %.

Assurance vie

Les développements sur le **marché de l'assurance vie** sont plus irréguliers en raison des variations plus marquées de l'encaissement 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 sont dominés par des modes de distribution fortement différents :

- ▶ les **produits vie individuelle à taux garanti** sont dominés par la **bancassurance** (part de marché de 50 %). Au sein du groupe des assureurs directs, les **mutuelles sans intermédiaires** ont également profité de l'essor des opérations d'assurances vie individuelles à taux garanti au cours de ces dernières années ;

- ▶ les **assurances-vie liées à des fonds d'investissement** ont connu ces 10 dernières années des fluctuations importantes. Elles sont essentiellement distribuées par la bancassurance, qui a réalisé en 2007 70 % du volume des primes dans ce segment de marché. 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** est surtout l'apanage de la **vente directe**, des **courtiers classiques** et des **mega brokers** ainsi que des **mutuelles et coopératives** qui se situent tous pratiquement au même niveau. Leurs parts de marché varient autour des 30 % du volume total des primes.

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 demeurent toutefois de loin le canal par excellence pour la conclusion de **contrats non-vie**, tandis que la **bancassurance** et le **direct** dominent les **activités d'assurance vie**.