

## Interview

# Les projets d'avenir de Vivium

**M**ichel Lüttgens, responsable distribution et communication au sein du comité de direction du Groupe P&V, et Marc Simons, directeur commercial chez Vivium, reviennent sur l'année 2020. Finalement, l'assureur s'en est bien sorti et les courtiers ont su s'adapter aux nouvelles conditions imposées par la crise sanitaire. Sur la base de ces expériences positives, Vivium a élaboré un ambitieux plan d'avenir.

"2020 fut une année particulière durant laquelle tout le secteur a dû accuser les conséquences du Covid-19 et l'impact sur le travail et la distribution", explique Marc Simons. "Mais dans le même temps, nous avons observé un impact relativement limité sur nos chiffres commerciaux. Ce fut même une très bonne année pour nous, et les courtiers ont maintenu leur présence sur le marché."

"Durant la première vague et les mois qui ont suivi, nous avons organisé des tables rondes virtuelles avec les courtiers", poursuit Michel Lüttgens. "Nous leur avons demandé comment ils vivaient la pandémie. Nous voulions



connaître l'impact sur leur fonctionnement quotidien, leur chiffre d'affaires et leur rentabilité. Je retiendrai principalement deux choses de ces échanges. Pour commencer, il n'y a jamais eu de stress quant à la continuité des activités. Cela

représente un volume suffisant, les coûts fixes de cette numérisation peuvent être couverts. Je me réjouis dès lors de voir que le courtage a gagné des parts de marché dans ce segment, pour la deuxième année consécutive. Les cour-

### “Le secteur de l'assurance et les courtiers résistent à la crise sanitaire.”

montre que nos courtiers partenaires sont déjà loin dans le processus de numérisation. Je constate par ailleurs que la diversification est cruciale au niveau de la répartition des secteurs dans le portefeuille du courtier, d'une part. En effet, un certain nombre de courtiers sont principalement actifs dans des secteurs aujourd'hui en proie aux difficultés. Leur chiffre d'affaires risque de s'en ressentir l'année prochaine. D'autre part, la diversification pour les particuliers reste aussi un point d'attention. Il s'agit d'un segment important que les courtiers ne doivent pas perdre de vue. La numérisation au service des courtiers et de leurs clients exige de gros investissements, et si le marché des particuliers

tiers ne doivent pas délaisser le marché des particuliers. Toutes les assurances pour particuliers ne sont pas des produits prêts à l'emploi qui peuvent être vendus sans conseils adaptés."

#### CROISSANCE

"Le secteur de l'assurance et les courtiers résistent bien malgré le contexte difficile. Cela laisse présager un bel avenir pour Vivium et ses courtiers partenaires. Forts de ce constat, nous avons élaboré un plan très ambitieux", continue Marc Simons. "Vivium ambitionne, dans les cinq à dix prochaines années, de se développer aux côtés des courtiers et de renforcer sa position de marché. "Ces



Marc Simons,  
directeur commercial chez Vivium

dix dernières années, nous avons enregistré de meilleurs résultats que le reste du marché dans la branche Vie. Si l'encassement du marché a à peine augmenté, Vivium a pu afficher une croissance moyenne de plus de 4%. Dans le secteur Non-vie, nous suivons le marché. Nous constatons en outre que nous avons de nombreux partenaires fidèles. Nos courtiers nous octroient un score de fidélité de plus de 9/10, le plus élevé du marché. Nous savons par ailleurs que nous ne sommes présents que dans un bureau de courtage occupant plus de trois collaborateurs sur trois. Nous y voyons de belles opportunités, puisque nous avons encore la possibilité de nous faire une place dans deux bureaux sur trois. Il y a donc un potentiel de croissance et grandir est justement notre objectif. A cet égard, nous misons avant tout sur les courtiers professionnels modernes, qui se sentent à l'aise avec le numérique. Vivium cherche une relative sécurité en ce qui concerne l'avenir de ces bureaux: y a-t-il un successeur, qui sera le prochain gérant?"

#### VIVIUM FOR GOLD

Sous la dénomination 'Vivium for Gold', l'assureur ambitionne d'afficher la meilleure progression du marché belge. Ce plan s'articule autour de deux axes prioritaires. "Notre relation avec les courtiers est un grand atout", explique Marc Simons. "Nous les aidons chaque jour à résoudre leurs problèmes de production et de gestion. C'est à cela que servent nos produits et processus de qualité. Notre offre est conforme au marché et

se distingue en outre par plusieurs caractéristiques uniques, comme notre participation aux bénéficiaires pour les produits avec un taux de rendement garanti de 0%, dans lequel nous offrons depuis de nombreuses années la participation aux bénéficiaires la plus élevée du marché, ou encore le fait que nous assurons à nos clients professionnels fidèles jusqu'à 20% de participation aux bénéficiaires en cas de rapport sinistres-primaires favorable via le *Vivium Business Deal*. Une offre unique sur le marché. Mais ce n'est pas tout. Les courtiers savent à qui s'adresser en cas de problèmes et comment joindre personnellement ces personnes de contact par *e-mail*, téléphone... La joignabilité est un facteur essentiel. Vivium entend par ailleurs aider les courtiers à développer leur activité grâce à des conseils en matière d'acquisition et de vente, un accompagnement en cas de réorganisation..."

"Nous assistons aussi nos courtiers partenaires dans la numérisation de leur bureau", renchérit Michel Lüttgens. "Nous ne les obligeons à rien, nous ne leur imposons aucune norme et nous respectons la relation entre les courtiers et leurs clients. Nous les impliquons aus-

aucun virage risqué. Je peux dès lors vous faire la promesse que nous serons toujours là pour nos courtiers partenaires. Ces derniers partagent ce sentiment de confiance. Les scores élevés de fidélité résultant de différentes études sont là pour le montrer. Mais nous voulons grandir, car à l'heure où nous investissons massivement dans les processus numériques, l'échelle gagne en importance. Pour concrétiser cette ambition, nous renforçons nos équipes. C'est le deuxième pilier de notre stratégie. Nous avons actuellement 40 postes vacants. A l'heure actuelle, ce n'est pas rien."

La part de marché du courtier est en augmentation constante depuis plusieurs années. C'est ce qui ressort des chiffres d'Assuralia. Et cette augmentation concerne aussi bien la branche Vie (individuelle et collective) que la branche Non-vie pour les particuliers. Pour les entreprises, la part de marché Non-vie a légèrement baissé en 2019, mais elle demeure malgré tout à plus de 70%. Les canaux directs ont perdu du terrain en 2019 dans la branche Non-vie pour les particuliers. Pour Marc Simons, le service local reste important: "Les clients ont besoin d'un interlocuteur accessible. Ce

### “Les courtiers ne doivent pas délaisser le marché des particuliers.”

si dans les changements significatifs, les plans d'assainissement ou les développements de produit. Vivium cherche à instaurer une relation stable à long terme, assortie d'une continuité garantie. Nous ne sommes actifs que sur le marché belge, et ne sommes donc pas près de le quitter. Nous sommes en outre un assureur coopératif, la pression des actionnaires qui attendent des bénéfices élevés à court terme est donc moindre."

#### STABILITÉ

"Les courtiers veulent de la stabilité", reprend Marc Simons. "Leurs clients n'aiment pas être pris au dépourvu. Ces dix dernières années, Vivium n'a pris

rôle était autrefois joué par le banquier, mais beaucoup de banques disparaissent de la carte. J'ai donc bon espoir que les courtiers d'assurance reprendront ce rôle en bonne partie."

#### MOINS DE FRICTIONS

Cette évolution s'est plus que probablement poursuivie en 2020, année durant laquelle le numérique a gagné en importance en raison du Covid-19. "Je ne connais aucun client qui soit encore favorable à un modèle de distribution précis plutôt qu'un autre", affirme Michel Lüttgens. "Ce que le client veut, c'est être aidé rapidement et efficacement. Une aide numérique, mais aussi des conseils humains dans les moments qui



Michel Lüttgens, responsable de la distribution et de la communication au sein du Groupe P&V

comptent vraiment. Quiconque parvient à éliminer les frictions numériques tout en donnant des conseils aux moments adéquats pourrait bien connaître un succès grandissant. Cette approche peut parfaitement s'inscrire dans le cadre du courtage, car les courtiers s'attendent à éliminer les points de friction dans leurs processus numériques. Ils ont parfois même une longueur d'avance sur les compagnies. Nous travaillons à accroître notre présence chez les courtiers depuis longtemps. La crise du coronavirus a simplement accéléré quelque peu le processus."

"Au début de la pandémie de Covid-19, l'inquiétude a dominé dans un premier temps", poursuit Marc Simons. "Mais très vite, nous avons constaté que les courtiers continuaient comme avant. Ils ne pouvaient plus rencontrer les clients physiquement, mais ils n'ont pas cessé de les conseiller, d'accompagner les sinistres et de procéder à des analyses des risques. Les habitudes ont changé en

quelques semaines, mais les valeurs fondamentales du courtier sont restées inchangées. La plupart ont trouvé leur voie numérique via Zoom, Teams ou WebEx. Ils ont réussi à rendre visite à leurs clients et même à faire de la prospection pour en attirer de nouveaux.

**“Toutes les assurances pour particuliers ne sont pas des produits prêts à l'emploi, pouvant être vendus sans conseils adaptés.”**

Cela témoigne d'une certaine résilience qui laisse présager le meilleur pour l'avenir. Il est clair que l'histoire de la réussite de Vivium et de ses courtiers continuera à s'écrire dans l'avenir. La crise sanitaire l'a encore confirmé.

Les courtiers sont également confiants pour l'avenir, et la tendance est actuellement à la consolidation. Les achats de bureaux sont nombreux, tant par les gros courtiers que par les plus petits. Les

derniers chiffres dont je dispose datent de 2018. Cette année-là, plus de 600 bureaux de moins de trois collaborateurs se sont développés grâce à une acquisition. Les montants déboursés pour ces achats démontrent clairement que la confiance en l'avenir est de mise. A juste

titre, car les particuliers et les entrepreneurs auront toujours besoin de conseils. L'assurance est en effet un travail sur mesure qui répond à une nécessité et à un réel besoin. Même les pays dans lesquels les choses étaient différentes autrefois s'y mettent également, car ils constatent que les clients ont besoin de conseils personnalisés.

Mais la numérisation jouera évidemment un plus grand rôle, elle abrégera



## PHINEQ

### Personal Financial Planning Software

Vous souhaitez proposer des conseils d'expert à vos clients en matière de patrimoine familial ? Avec Phineq, vous disposez d'un outil convivial et puissant qui vous permet de contrôler totalement le patrimoine de votre client.



#### CONNECT

à un niveau plus élevé avec votre client



#### CALCULATE

le plan de patrimoine familial, les opportunités fiscales ou les risques



#### CONTROL

tous vos dossiers, documents et données





les processus et les rendra plus transparents pour le client. Autrefois, le volume de travail des courtiers était constitué de 80% de travail administratif et de 20% de conseils. La numérisation peut changer cette proportion. Les opérations de-

Marc Simons: "Nous irons encore un peu plus loin cette année en aidant les courtiers à faire le point sur leur situation grâce à un *assessment*. Quelles sont les possibilités de poursuivre le processus de numérisation? Y a-t-il des lacunes

très structurée et centralisée afin de permettre aux courtiers de garder une bonne vue d'ensemble."

"Selon toute probabilité, certaines adaptations de produits seront maintenues", indique Marc Simons. "Pas pour ce qui concerne les reports de paiement, mais par exemple pour l'extension de couverture de l'assurance familiale pour les télétravailleurs. Aucune décision n'a encore été prise à cet égard, mais nous y songeons, car le télétravail gagnera en importance dans le futur."

"Nous suivons la situation de près", conclut Michel Lüttgens. "Au tout début de la crise sanitaire, nous avons organisé des réunions en ligne avec des panels de courtiers pour savoir comment ils vivaient la situation. Nous devons intensifier cette méthode de travail. En collaboration avec le courtier, nous souhaitons continuer à écrire l'histoire de notre réussite."

**Toon Stabel**

## “Sous la dénomination ‘Vivium for Gold’, nous ambitionnons d’afficher la meilleure progression du marché belge.”

manderont moins de temps, le courtier pourra donc se consacrer davantage à son activité de conseiller. Cette tendance ne fera que renforcer le rôle du courtier sur le marché."

à combler? Nous leur proposons les outils pour faire leurs propres choix éclairés et avancer dans le processus de numérisation."

### L'APRÈS-CORONAVIRUS

"Ces derniers mois, nous avons davantage misé sur les canaux de communication numériques déjà présents avant la crise sanitaire (comme la *newsletter*) et nous continuerons probablement après le coronavirus", déclare Michel Lüttgens. "Nous avons par exemple communiqué sur les changements au niveau de notre offre, nos produits et nos garanties. Dès le départ, notre communication a été

### VIVIUM DIGITAL AWARDS

"A travers les 'Digital Awards', Vivium entend promouvoir le numérique", explique Michel Lüttgens. "Il ne s'agit pas de dire aux courtiers ce qu'ils doivent faire, mais de les inspirer en partageant avec eux des témoignages encourageants. Nous ne voulons pas leur imposer de solutions numériques toutes faites."