

ANI - TNS-PME-TPE - COURTIERS

La multidétention boostée par l'ANI

■ Alors que tous les acteurs du secteur sont en ordre de bataille pour profiter de la brèche commerciale ouverte par l'ANI en matière d'assurance santé collective, ceux-ci considèrent également avec intérêt l'effet de levier que pourrait avoir l'ANI sur le marché de l'IARD d'entreprise, en favorisant le multi-équipement des professionnels.

67 %

Des entreprises qui ne proposent pas de complémentaire santé à leurs salariés ont entre 1 et 9 salariés.
Source : Irdes.

4,5 millions

De personnes ne bénéficient pas d'une assurance santé collective (7 millions avec les ayant-droits). Source : Muthé.

Entre 4 et 5 Md€

Le transfert de marché individuel/collectif dans le cadre de l'ANI.
Source : Actuaris.

C'est un fait. Les assureurs, contrairement aux banquiers, ont peu d'occasion de contacts naturels avec leurs clients. L'Accord national interprofessionnel (ANI) qui entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2016 constitue pour eux à ce titre une excellente occasion de partir à la rencontre des professionnels, et de faire valoir leur capacité d'accompagnement et de conseil. Avec près de 800 000 entreprises n'ayant à ce jour souscrit aucune complémentaire santé collective pour leurs salariés, dont près de 67% de TNS et TPE, l'ANI représente une opportunité de développement à la fois pour les assureurs, les mutuelles et les courtiers présents sur le marché de l'assurance de personnes. Mais il constitue aussi un prétexte idéal pour proposer une offre plus globale aux professionnels, alliant santé-prévoyance et IARD. Les assureurs et les courtiers grossistes l'ont bien compris, et poussent leurs réseaux de proximité, et notamment les courtiers, à se mettre en ordre de bataille pour profiter de la vague ANI. «*L'ouverture d'un nouveau marché dans l'assurance est une formidable opportunité dont il faut profiter en favorisant le multiéquipement*» estime clairement Florence Louppe, direc-

trice du développement commercial et de la distribution chez Axa Entreprises.

Le cœur même du métier de courtier

Pourtant, loin de partager l'optimisme des grands du marché, les courtiers de proximité se montrent plutôt timides. «*Cette occasion d'aller frapper à la porte des entreprises, en proposant une nouvelle expertise, est une chance que les courtiers n'ont pas tous encore décidé de saisir*», continue Florence Louppe, avant d'ajouter: «*c'est donc à nous de les sensibiliser et de les accompagner dans cette démarche de multidétention*». D'autant qu'ils ont pour cela de nombreux atouts dans leur manche: leur implantation et leur bonne connaissance du tissu local, leur expertise sur les risques d'entreprise et le marché des TNS-PME, principale cible de l'ANI, et enfin leur statut de prescripteur, qui leur permet de proposer une offre globale composée de produits issus de différents assureurs. «*De par leur présence locale et leur rayonnement sur leur territoire, les courtiers connaissent bien les chefs d'entreprise. Ils constituent à ce titre un des piliers de notre stratégie de développement: nous espérons d'ailleurs faire passer le nombre de nos courtiers actifs de 500 à 1 000 d'ici 2 ans*», confirme

Olivier Perrichi, directeur général délégué de Henner. «*Les dirigeants de petites entreprises n'ont pas beaucoup de temps: avoir un interlocuteur unique qui les accompagne à la fois sur les risques techniques liés à leur activité mais aussi sur les risques prévoyance-santé, pour eux et pour leurs salariés, est une des valeurs ajoutées des courtiers de proximité. L'occasion de l'ANI apparaît comme le moment opportun pour réaliser avec le client ou le prospect un bilan assurance global*» complète Valentine Studer, directrice assurance de personnes et Affinitaire chez Ace. Plus prosaïquement, certains assureurs reconnaissent que compte tenu de la faible rentabilité de l'ANI, une offre globale santé-IARD permettrait aussi de rentabiliser les coûts de prospection commerciale engagés...

Un soutien aux courtiers

Quoi qu'il en soit, un gros travail de soutien commercial aux courtiers est donc en marche chez de nombreux acteurs du secteur. Logiquement, les courtiers généralistes sont les plus faciles à convaincre, eux qui pratiquent déjà au quotidien le multi-équipement de leur clientèle. Pour les courtiers spécialisés en assurance de personnes, l'objectif est plutôt de développer et de consolider leur portefeuille santé collective. Ils apparaissent en revanche assez réticents pour vendre des produits IARD (RC pro, Multirisque pro, flottes auto, homme-clé, pertes d'exploitation...), même si certains s'y essaient. «*Dans le contexte ANI, nous avons approché la cible des TNS-TPE avec une offre packagée IARD-prévoyance*

« Cette occasion d'aller frapper à la porte des entreprises, en proposant une nouvelle expertise, est une chance que les courtiers n'ont pas tous encore décidé de saisir. »

Florence Louppe, Axa Entreprises

alliant RC des mandataires sociaux et frais généraux permanents: les premiers retours sont très encourageants » explique ainsi Valentine Studer chez Ace. Mais plus que les courtiers santé, ceux sur lesquels les assureurs et les courtiers grossistes misent le plus sont les courtiers de proximité spécialisés en dommages, qui connaissent bien l'activité de leurs clients professionnels et bénéficient donc d'une légitimité pour leur proposer un bilan global dans le cadre de l'ANI. Le hic, c'est qu'ils ont peur de se lancer et qu'ils manquent de connaissance sur le sujet. «*Il y a un travail de pédagogie à faire. Nous les encourageons pour qu'ils prennent confiance et décident de travailler leur portefeuille*», insiste-t-on chez Axa Entreprises, qui a recruté 30 commerciaux supplémentaires pour accompagner et former les courtiers afin de les rendre autonomes dans l'acte de vente en santé collective. Globalement, tous les acteurs rivalisent d'ingéniosité pour animer leurs réseaux de courtiers (voir encadré p. 56). «*Nous avons aidé nos agents et courtiers à identifier les cibles prioritaires dans leurs portefeuilles, en premier lieu les entreprises* ...

3,5 millions

De TNS et TPE en France.

Source: Insee.

13,4 Md€

Le marché de l'assurance santé collective en France (2012).

Source: Muthé [Ctip, Irdes, Fonds CMU].

... ayant déjà un contrat santé pour leurs cadres, afin de leur proposer d'étendre les garanties à l'ensemble de leurs salariés», explique Alain Burtin, directeur des marchés d'Allianz France. « Ensuite, nous avons ciblé les clients équipés en dommages, pour favoriser le multi-équipement. De façon générale, nous conseillons aux intermédiaires de travailler d'abord leur portefeuille, avant de prospecter plus largement. » Chez Solly Azar, l'offre ANI a été adaptée spécialement pour coller aux besoins des clients dommages des courtiers, principalement des artisans et des commerçants : « Grâce à notre offre Multirisque professionnelle (MRP) sortie en septembre 2014, les jeunes courtiers de proximité, à qui les acteurs traditionnels refusent souvent d'ouvrir des codes au démarrage de leur cabinet, peuvent prospecter les TPE de leur région avec une solution MRP. Ces courtiers en profitent pour leur proposer également une offre santé adaptée à leur secteur d'activité », explique Emmanuel Vallée.

Décloisonner les marchés

Pour renforcer cet accompagnement des courtiers, des structures concèdent avoir dû procéder à un remaniement de leur organisation, afin de mieux appréhender la cible des TNS-PME. Chez certains, cette gestion par segment de

FACE-À-FACE



CLAUDE SEILER,
président
du groupe Cadre

« Ne pas précipiter les choses... »

« Les membres du groupe Cadre réalisent plus de 70 % de leur CA auprès des entreprises. L'arrivée de l'ANI n'a rien changé : nous continuons à jouer notre rôle de conseil auprès des clients et à leur proposer des études de concurrence pour trouver le meilleur rapport qualité-prix. Même si les faibles rémunérations offertes par les contrats ANI incitent à élargir l'offre à la prévoyance et à l'IARD, il peut être dangereux de mélanger les genres. Un intermédiaire qui aborderait en même temps les problématiques ANI et IARD prendrait le risque d'agacer son interlocuteur et ferait à mon sens fausse route. Il ne faut pas vouloir en faire trop tout de suite, mais au contraire prendre le temps d'expliquer le dispositif ANI aux chefs d'entreprise, et ensuite reprendre contact pour leur proposer des solutions IARD. »

« Profiter de l'opportunité... »

« Les TPE font l'objet chez nous d'une attention toute particulière. Nombreuses, ces entités sont le plus souvent sous-assurées, tant en santé-prévoyance qu'en dommages et responsabilité civile. L'ANI nous offre une belle opportunité d'entrer en relation avec elles, en leur proposant des contrats santé adaptés. Nous en profitons pour leur proposer une gamme complète de produits IARD. La prescription affinitaire fonctionne très bien chez les TPE. Nous avons renforcé nos partenariats avec les réseaux de franchise, les groupements professionnels et les têtes de réseaux afin de proposer aux professionnels des offres globales, fluides et digitalisées. Récemment, nous avons ainsi séduit un réseau de 2 000 enseignes avec une offre ANI couplée à une Multirisque professionnelle et à une garantie pertes d'exploitation. »



MARIE-HÉLÈNE SÉGUY,
directrice du
développement
affinitaire chez Aon.

marché plutôt que par ligne produit était déjà en place. Ace possède ainsi depuis plusieurs années une plateforme « EasyAce », spéciale PME, qui propose une dizaine de produits dédiés. Chez Aon, l'approche commerciale n'est plus segmentée par type de produits, mais aux besoins des

clients dans leur ensemble. « C'est fondamental pour la cible des TPE, pour qui les univers personnels et professionnels sont intimement liés. L'ANI a conforté notre choix d'organisation », explique Marie-Hélène Séguy, directrice du développement affinitaire chez Aon. Même constat pour Alain Burtin,

directeur des marchés d'Allianz, pour qui « la frontière classique entre assurance de personnes et assurance dommages n'existe pas pour les petites entreprises : l'offre doit être globale car le chef d'entreprise est à la fois le directeur technique, le directeur financier et le DRH de son entreprise ». Ainsi, en bout de chaîne, les courtiers de proximité sont priés eux aussi de suivre le mouvement et de globaliser leur approche client, et ce dès maintenant, car si la plupart des TNS et PME commencent à s'intéresser vraiment à l'ANI à l'approche de l'échéance, le marathon a déjà commencé et les vainqueurs seront aussi ceux qui sauront maintenir leur effort commercial de multi-équipement sur la durée.

■ AURÉLIE NICOLAS

COMMENT LES GRANDS ACTEURS DU MARCHÉ ACCOMPAGNENT LES COURTIERS...

En créant :

- des produits simplifiés, faciles à vendre ;
- des outils de tarification sur PC ou tablette ;
- des simulateurs de remboursement ;
- des modèles de mailings et d'argumentaires commerciaux ;
- des kits d'animation de réunions clients ;
- l'accès en ligne à l'ensemble des conventions collectives ;
- un renforcement de l'encadrement par les inspecteurs et les commerciaux ;
- des formations accélérées à l'ANI en 1 journée *in situ* ou en visio-conférence ;
- l'élaboration en commun des plans d'actions commerciales ;
- l'aide au ciblage du portefeuille pour identifier les clients prioritaires à démarcher ;
- des outils de *scoring* et d'appétence pour établir des bilans assurance.