

DEVOIR DE CONSEIL

Le conseil en assurance, une prestation coûteuse

En France, aucun contrat d'assurance ne peut être vendu sans conseil, qui est fourni par le distributeur. Son coût est intégré dans celui du produit et reste invisible pour le client. Afin d'éviter les conflits d'intérêts, Bruxelles envisage de le faire payer par le client en honoraires.



© PRÉMONOM / AGENCE

● **HENRI DEBRUYNE**
PRÉSIDENT DU MONITORING
EUROPEAN DISTRIBUTION
OF INSURANCE (MEDI)

Depuis toujours, le conseil constitue la fonction clé de l'intermédiaire en assurance. Il fait partie de ce qu'attend chaque client. La réglementation et la jurisprudence en ont sans arrêt clarifié les règles afin que chaque consommateur soit le mieux protégé possible. Cette tendance, installée depuis fort longtemps, ne cesse de se renforcer. La réglementation européenne sur la Distribution de l'assurance (DDA) l'a étendu à tous ceux

qui commercialisent des produits d'assurance. De fait, la recommandation personnalisée est désormais une obligation à part entière détachée de l'acte commercial.

Une valeur ajoutée

Le conseil prend ainsi une place importante dans les activités des intermédiaires et des distributeurs d'assurance. Le temps qui lui est consacré et les compétences requises pour le fournir en font une prestation en soi. Celle-ci a un coût. Il est important qu'il soit identifié dans son paiement, pour chaque client et chaque professionnel. L'intermédiaire doit donc le mesurer afin de quantifier les éléments de sa propre valeur ajoutée. En effet, rendre le conseil tangible passe par une mise en évidence de ce qu'il représente, tant pour le client que pour celui qui le fournit. Il va sans dire que les obligations analysées ici pour les intermédiaires s'appliquent de la même manière pour les autres formes de distribution. Mais la question est particulièrement cruciale pour les intermédiaires, puisqu'elle

implique qu'ils doivent être en situation de remplir cette obligation, et que le modèle économique de leur cabinet d'assurance le permette.

Ces acteurs externalisés de la distribution d'assurance ont une double fonction. Ils sont naturellement tournés vers leurs clients, pour lesquels ils assurent des prestations d'information, de conseil et d'accompagnement. Mais ils sont également en relation avec les assureurs, pour lesquels ils effectuent diverses tâches (souscription, gestion, sinistres, etc.). Or, par tradition, sinon par facilité, ces

“ Le conseil est dû tout au long de la durée du contrat, ce qui revient à revoir régulièrement avec chaque client l'évaluation de ses besoins. ”

activités sont peu identifiées en termes de coûts. Ainsi, la fonction de conseil n'est généralement pas mesurée, et son coût peu évalué.

Certains observent que cela n'a qu'un intérêt relatif puisque la rémunération est globalisée. Une approche qui soulève deux objections. La première est qu'il n'y a guère de progrès dans la performance des activités et dans leur rentabilité sans une connaissance suffisante des composantes des coûts. La seconde est que si, d'avenant, les pouvoirs publics imposaient que le conseil soit rémunéré par celui qui le reçoit, sous forme d'honoraires par exemple, il serait nécessaire d'avoir une évaluation de celui-ci pour le facturer au plus juste. Une telle orientation remettrait en cause le modèle économique actuel au détriment de l'intérêt bien compris des clients.

Un parcours normé

Le coût du conseil, réalité méconnue, va s'imposer d'une manière ou d'une autre. Il faut donc cerner ses composantes. En matière de distribution d'assurance, la norme du parcours de proposition est fixée par la réglementation : les informations précontractuelles, le recueil par écrit des besoins et des exigences du client, et la fourniture du conseil (proposition adaptée, recommandation personnalisée). Une norme claire qui doit être complétée par la phase d'accompagnement, puisque le conseil est dû tout au long de la durée du contrat, ce qui revient à revoir régulièrement avec chaque client l'évaluation de

ses besoins et, le cas échéant, adapter les réponses.

Dans tous les cas, il s'agit, pour l'essentiel, de temps passé. Ce dernier varie en fonction de la complexité de l'analyse et des solutions préconisées. Ainsi, informer le client (phase précontractuelle), procéder à l'analyse des besoins, recueillir ses exigences, puis formuler une recommandation personnalisée peut prendre de 42 à 105 minutes.

Les valeurs de temps de ces normes⁽¹⁾ sont assez constantes, même si la formalisation imposée par DDA les a allongées d'un cinquième. Celles présentées ci-contre concernent les risques de masse (particuliers et professionnels) en assurance vie et non-vie. Inutile de souligner combien ces tâches sont chronophages, mais essentielles, puisqu'elles caractérisent la fonction de conseil dans l'intermédiation et la distribu-

tion de produits d'assurance. Elles sont, dans leur principe et dans leur qualité, la principale justification du surcoût ajouté à la prime pure, qui finance la couverture du risque. Elles n'intègrent pas les tâches qui sont réalisées pour le compte des assureurs (gestion des contrats, souscription, gestion de sinistres, etc.).

Un niveau variable

Le calcul de la prestation est le rapport entre le

revenu brut et le temps d'exploitation. Pour un portefeuille standard (360 000 € de commissions, un dirigeant et 2,5 équivalents temps plein), il s'établit à 57 €. Ce qui revient à considérer que l'heure travaillée, dans ce cabinet, produit un revenu de 57 €. Une valeur moyenne qui varie en fonction d'autres critères, telle la composition du portefeuille, le taux de multiéquipement et l'organisation. Ici, nous avons retenu un cabinet ►►

UN VÉRITABLE ENJEU ÉCONOMIQUE



LA DURÉE DU CONSEIL VARIE DE 42 À 105 MINUTES...

Temps moyen sur les trois étapes du conseil :
phase précontractuelle, analyse des besoins et délivrance du conseil

	Phase précontractuelle	Analyse des besoins et délivrance du conseil		TOTAL ⁽³⁾
		Non-complexe ⁽¹⁾	Complexe ⁽²⁾	
Problématiques non-vie	7 à 15 mn	35 à 45 mn	60 à 90mn	42 à 105 mn
Problématiques vie	12 à 15 mn	45 à 50 mn	70 à 90 mn	82 à 105 mn

¹ Exemple : assurer une auto ou une complémentaire santé ou encore une multirisques habitation.

² Assurer un contrat en UC ou un commerce nécessite le plus souvent deux rencontres.

³ Généralement, au-delà de 45 à 50 min, il y a un second rendez-vous. Données hors temps de déplacement, le cas échéant.

Source : MEDI



... ET SE TRADUIT PAR UN COÛT TRÈS VARIABLE



1 heure travaillée dans un cabinet

= **57€** de revenu ⁽¹⁾



1. Rapport entre le revenu brut et le temps d'exploitation.

Entre **65** et **105€**



Le coût moyen du conseil en assurance des particuliers et des professionnels ⁽²⁾

2. Rapport entre le temps passé et le coût horaire.

Le conseil en assurance, une prestation coûteuse

►►► médian (50% de risques de particuliers, 35% de professionnels, 15% d'entreprises).

Le coût moyen du conseil sur des risques de masse (particuliers et professionnels) s'étage entre 65 € et 105 €, qui est le rapport entre le temps passé et le coût horaire. Ce coût peut être affiné en fonction du niveau de rémunération de celui qui le rend, et donc de sa qualification et de son ancienneté. Selon les observations du Medi (Monitoring european distribution of insurance), l'amplitude va de 57 € à 160 €. Il est

évident que chaque cabinet devra affiner ces données en fonction de sa propre réalité.

Naturellement, seule une partie de la commission est affectable à cette prestation, puisqu'elle doit couvrir d'autres activités de gestion et/ou de représentation dans le cadre des fonctions dévolues par l'assureur. Celles-ci sont variables d'une situation à une autre, mais elles représentent en moyenne un bon tiers du temps effectif. En réalité, la phase de conseil n'est rentabilisée qu'à la condition que

le contrat reste dans le portefeuille deux, voire trois ans. La récurrence du commissionnement est donc indispensable au financement du conseil, surtout pour les cotisations les moins élevées.

Les honoraires ont leur revers

Le coût du conseil, rendu dans la norme actuelle, n'est supportable pour le modèle économique que nous connaissons que par son financement dans la durée. Ce qui fait écho à la rentabilité observée dans les portefeuilles assureurs, qui dépend, pour une grande part du multiéquipement des clients et, par voie de conséquence, de leur fidélité. Tous

“ La phase de conseil n'est rentabilisée qu'à la condition que le contrat reste dans le portefeuille deux, voire trois ans. ”

les systèmes de distribution sont confrontés à cette réalité.

Quitter ce modèle pour adopter celui des honoraires semble un chemin aventureux. Les retours d'expérience des pays d'Europe qui se sont engagés dans cette voie montrent que cela a déstabilisé les distributeurs, mais surtout les clients, au point de provoquer une importante régression de l'accès au conseil⁽²⁾ pour de larges segments de clientèles. Une fois que le client a mesuré le coût du conseil, il se pose la question de se l'offrir ou non, cette prestation pouvant lui apparaître comme une sorte de luxe, voire de gadget dont on se dispense volontiers au bénéfice d'une prime moindre... Alors même qu'en France, le conseil en assurance reste obligatoire. Une nouvelle fois, la preuve est rapportée qu'une grande idée, fortement doctrinale, peut avoir des effets contre-productifs dévastateurs. ●

1. Ces normes sont élaborées par le Medi à partir de l'analyse des tâches et de la consommation du temps pour les exécuter. Ces observations sont réalisées dans des cabinets sur une base représentative (de 0 à 6 collaborateurs). Elles sont actualisées régulièrement.

2. «L'Europe pourfend les conflits d'intérêts et cible les commissions», Medi, septembre 2020.



© PRÉNOM NOM / AGENCE 182685558

La prestation de conseil de l'intermédiaire doit suivre plusieurs étapes : informations précontractuelles, recueil par écrit des besoins et des exigences du client, proposition adaptée.