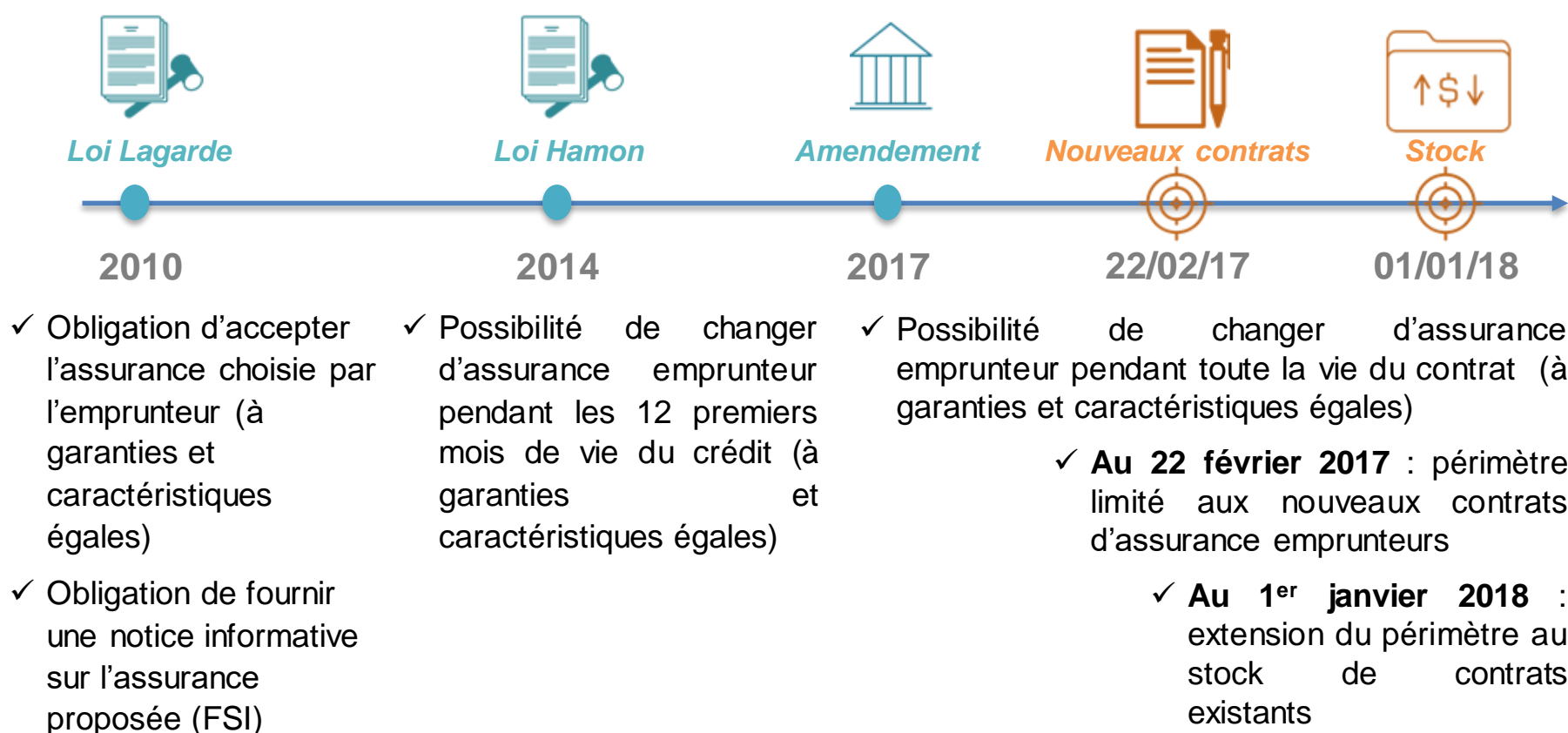


Réforme de l'assurance emprunteur : une avancée pour le droit des consommateurs et un séisme pour la bancassurance



Le **droit de résiliation annuelle** de l'assurance-emprunteur a été consacré par la loi du 21 février 2017. Cette réforme annonce de forts impacts dans la vie des consommateurs mais également pour le marché de la **bancassurance**.

Un calendrier resserré : moins d'un an pour mettre à jour ses services et ses offres



Des enjeux financiers importants et des parts de marché à conquérir

« Entre 600 millions et 1,4 milliards d'euros de primes pourraient changer de mains » (cabinet Mac Kinsey)

Le marché de l'assurance-emprunteur, traditionnellement détenu par les banques, risque de voir bouger ses lignes.

La réforme profitera majoritairement :

- **aux assureurs** qui pourront regagner des parts de marché, en proposant des tarifs attractifs sur une activité cœur de métier et notamment ceux dont l'offre n'est pas adossée à un partenariat bancaire
- aux pure-players tels que **les fintechs et les assurtechs** qui voient dans cette réforme l'occasion de se positionner en proposant des offres axées autour de la **qualité de service et du service client grâce au tout digital**
- **In fine aux consommateurs**, qui pourront décider de décaler à un moment plus propice la renégociation de leur assurance emprunteur, sans être tenu de respecter le délai précédent d'un an (loi Hamon)

Le bilan

D'après le comparateur Magnolia : « en 2015 et 2016, seuls **8 et 15% des assurés** ont fait jouer la concurrence en assurance emprunteur ».

Un taux relativement faible qui serait dû à « un **déficit d'information** et à une crainte des emprunteurs de devoir entrer de nouveau dans une **spirale administrative** quelques mois à peine après leur souscription ». **Et demain ?**



Des enjeux clés à appréhender pour maintenir sa position concurrentielle

Enjeu défensif

Eviter l'attrition du portefeuille client et maintenir son stock.

Enjeu de conquête

Capter de nouveaux clients et gagner de nouvelles parts de marché.

ADE

Cette réforme implique d'être opérationnel **dès la fin de l'année 2017** pour pouvoir :



Anticiper les **demandes de clients volatiles** et **fidéliser au maximum le stock de client existant**

Contre-attaquer les offres concurrentes avec des parcours client adaptés et des offres plus segmentées

Conquérir de nouveaux clients via une stratégie commerciale dédiée