



---

Swiss Re chiffre la lacune dans la couverture d'assurance vie en Europe à 10 000 milliards d'euros ; au secteur de promouvoir plus résolument les avantages et le prix abordable d'une couverture d'assurance vie

---

Contact :

Regional Communications Centre Europe  
Claudia Glück  
Téléphone +49 89 38 44 1234

Media Relations, Zurich  
Téléphone +41 43 285 7171

Compagnie Suisse de Réassurances  
Mythenquai 50/60  
Boîte postale  
CH-8022 Zurich

Téléphone +41 43 285 2121  
Fax +41 43 285 2999  
www.swissre.com

**Munich, 27 septembre 2010 : Des centaines de milliers de personnes en Europe continentale ont une couverture d'assurance vie insuffisante. C'est ce que révèle le rapport que Swiss Re publie aujourd'hui. Ce nouveau rapport comporte par ailleurs les résultats d'une enquête commandée par Swiss Re et réalisée auprès de plus de 11 000 consommateurs. Selon cette enquête :**

- **les consommateurs ont clairement besoin d'une assurance vie, mais beaucoup ignorent comment celle-ci peut les aider à faire face aux conséquences financières du décès, de la maladie ou de l'invalidité.**
- **le coût perçu constitue un obstacle à l'acquisition d'une couverture, alors que les prix réels des produits d'assurance vie sont abordables et correspondent à ce que les consommateurs sont prêts à payer.**
- **généralement, les consommateurs se sentent à l'aise dans l'utilisation des canaux de distribution existants pour acquérir une assurance vie. Toutefois, les assureurs ont intérêt à établir un contact plus étroit avec les consommateurs, pour susciter la confiance à l'égard du secteur.**

**Selon Swiss Re, l'assurance vie présente un fort potentiel inexploité en termes de protection à la fois efficace et abordable contre les conséquences financières d'un décès, d'une maladie ou d'une invalidité.**

**En Europe, les consommateurs sont sous-assurés à hauteur de 10 000 milliards d'euros**

La « lacune de couverture en cas de décès » paneuropéenne calculée par Swiss Re s'élève à plus de 10 000 milliards d'euros de sommes assurées dans les douze pays européens examinés dans le rapport. Ce montant illustre l'ampleur de la sous-assurance en assurance vie dans la région.

La lacune représente la différence entre le montant disponible pour les proches en cas de décès prématuré et le montant dont les consommateurs ont effectivement besoin pour que les besoins

---

financiers des personnes dont ils ont la charge soient couverts. Afin que le calcul reste simple, les maladies graves et l'invalidité ne sont pas prises en compte.

Traduit en primes potentielles, cela représente pour les assureurs vie le chiffre considérable de 25 milliards d'euros par an. Selon le rapport, une compagnie d'assurance qui parviendrait à exploiter ce potentiel ne serait-ce qu'à hauteur de 1 % pourrait augmenter son volume annuel de primes d'assurance vie de 250 millions d'euros.

### **Besoins**

L'enquête indique que la majorité des consommateurs en Europe continentale comprennent le besoin d'une forme de protection financière en cas de maladie ou de décès prématuré. Seuls 11 % des sondés à travers l'Europe disent bénéficier d'une « solide situation financière » en cas de décès, de maladie de longue durée ou d'invalidité.

Cependant, l'enquête montre aussi que de nombreuses personnes surestiment le montant de leur couverture d'assurance vie et que beaucoup d'entre elles considèrent l'épargne comme le principal moyen de se prémunir contre les conséquences du décès ou de la maladie. L'enquête révèle que jusqu'à 26 % des consommateurs comptent essentiellement sur les prestations versées par l'Etat en cas de revers financier à la suite d'un décès ou d'une maladie.

### **Coûts**

Le rapport enjoint les assureurs vie de mieux faire comprendre à leurs clients potentiels la valeur d'une couverture de prévoyance.

A la question « Qu'est-ce qui vous fait renoncer à l'achat un produit d'assurance ? », 48 % des personnes interrogées répondent que le prix est un élément dissuasif. Toutefois, presque la moitié des sondés seraient prêts à payer plus de 20 euros par mois pour une police d'assurance vie leur octroyant une couverture à hauteur de 100 000 euros. Dans les faits, à de nombreux endroits d'Europe continentale, les consommateurs peuvent acquérir, pour seulement 10 euros par mois, une assurance vie à hauteur de 100 000 euros pour une durée de dix ans.

### **Accès**

La manière dont un produit est distribué a une forte influence sur l'aisance et la confiance avec lesquelles le client achètera une assurance vie. Les points de vue diffèrent très nettement selon les pays examinés dans le rapport. 97% de tous les sondés se sentent dans une certaine mesure à l'aise avec au moins un canal de distribution – résultat que Swiss Re trouve encourageant.

---

Les canaux de vente traditionnels tels que les conseillers indépendants et les réseaux de vente des compagnies d'assurance sont parmi les plus populaires. Viennent ensuite les ventes par Internet. Toutefois, moins de 10 % des personnes interrogées se disent favorables à des formes de distribution alternatives telles que la vente dans la grande distribution.

Lorsqu'on demande aux sondés la principale raison qui les dissuade d'acquiescer une couverture d'assurance vie, une personne sur dix en moyenne avance le manque de confiance en raison d'un engagement jugé insuffisant des assureurs auprès des consommateurs. Swiss Re a la conviction que les assureurs vie peuvent remédier à cela en promouvant les avantages d'une couverture de prévoyance de manière plus proactive.

### **The European Insurance Report 2010, « Customers for life »**

Ces résultats – contenus dans le rapport complet intitulé *The European Insurance Report 2010, « Customers for life »* – sont présentés aujourd'hui même aux clients de Swiss Re à l'occasion d'une conférence qui se tient à Munich et à laquelle assistent des cadres dirigeants des principales compagnies d'assurance vie européennes.

Martin Albers, responsable de la division Europe de Swiss Re, dresse le constat suivant: « Il existe une énorme lacune de couverture dans le domaine de la prévoyance. Elle varie selon les pays, mais des centaines de milliers de personnes sous-assurées ont besoin de la protection financière de l'assurance vie. Comblé cette lacune, même de manière très modeste, est susceptible d'offrir au secteur des opportunités majeures ».

« Il nous faut insister toujours plus sur les avantages de l'assurance – et montrer de quelle manière des vies peuvent être reconstruites après une maladie ou un accident, ou encore comment il est possible d'épargner de graves difficultés financières à des familles grâce à la sécurité offerte par une police d'assurance vie ».

« Nous devons aussi souligner la valeur de l'assurance vie par rapport à d'autres sources telles que l'épargne ou l'aide de l'Etat, et montrer que l'assurance vie est bien souvent la solution la plus abordable et la plus adaptée aux besoins financiers des gens ».

### **Informations aux rédacteurs**

L'étude de Swiss Re ainsi que le calcul de la lacune de couverture en cas de décès portent sur l'Autriche, le Danemark, la France, l'Allemagne, l'Italie, les Pays-Bas, la Norvège, la Pologne, l'Espagne, la Suède, la Suisse et la Turquie. Le rapport comporte également des données concernant le Royaume-Uni, où Swiss Re a mené une étude similaire au cours des années passées. Le rapport contient de plus amples

---

informations quant à la méthodologie et aux données spécifiques aux différents pays.

**Pour obtenir un exemplaire**

L'intégralité du rapport *European Insurance Report 2010*, « *Customers for life* » est disponible sur [www.swissre.com](http://www.swissre.com).

**Compagnie Suisse de Réassurances SA**

Swiss Re est un réassureur mondial de premier plan très diversifié. Le Groupe opère par l'intermédiaire de représentations implantées dans plus de 20 pays. Fondé à Zurich, Suisse, en 1863, Swiss Re propose des services financiers permettant la prise de risque nécessaire au succès entrepreneurial et au progrès en général. Ses produits de réassurance traditionnelle et services connexes pour les affaires dommages, RC et accidents ainsi que vie et santé sont complétés par des solutions financières à caractère assurantiel destinées aux entreprises et des prestations complémentaires permettant une gestion globale des risques. Le Groupe est noté « A+ » par Standard & Poor's, « A1 » par Moody's et « A » par A.M. Best.