

SESSION 2009  
BTS ASSURANCE  
CORRIGE E3

CROP de MONTPELLIER  
RÉSERVÉ AU SERVICE

SESSION 2009	BTS ASSURANCE		
ASE3ECO	Environnement économique, juridique et managérial de l'assurance	<b>CORRIGE</b>	1/7

**1<sup>ère</sup> PARTIE : exploitation d'informations**

Les questions 2 3 et 4 requièrent des capacités de synthèse de la part des candidats. De nombreuses informations sont en effet présentes dans les textes

**1. Distinguez les statuts juridiques des acteurs de l'assurance : entreprises d'assurance et intermédiaires**

Les entreprises d'assurance

REGIES PAR LE CODE :	DES ASSURANCES			DE LA MUTUALITE	DE LA SS
	SA	SAM	SMA	MUTUELLES (45)	IP
NATURE	COMMERCIALE	CIVILE	CIVILE	CIVILE	CIVILE
FONDS MINIMUM	Capital social détenu par des actionnaires dont le montant est supérieur à celui des SA de droit commun	Fonds d'établissement	Fixation par les statuts Pas de minimum légal	Non exigé	Non exigé
BENEFICES	But lucratif ;	But non lucratif ;	But non lucratif	But non lucratif	But non lucratif
ASSOCIES	actionnaires	Au moins 500 adhérents (appelés sociétaires) assurés	Au moins 300 adhérents (appelés sociétaires) assurés	adhérents (appelés sociétaires) assurés	Membres –
CHAMP D'ACTIVITE	Pas de limite SI agrément avec respect du principe de la spécialisation (sociétés distinctes « vie » et « non vie »)	Pas de limite SI cotisations fixes (agrément et spécialisation)	• Interdiction = Vie-Capitalisation • Souvent = limite géographique ou professionnelle (à l'origine)	Assurance de personnes (santé)	Assurance de personnes : santé, prévoyance  par métiers ou corporations
COTISATIONS DES ASSURES	Fixes	Fixes ou variables selon statuts	Toujours variables	Fixes ou variables	Non exigé
GOVERNANCE DE LA SOCIETE	Organes des SA de droit commun (directoire ou C.A)	participation des sociétaires aux décisions par l'intermédiaire de l'AG	Même principe que la SAM mais administrateurs non rémunérés	participation des sociétaires aux décisions par l'intermédiaire de l'AG	Paritaire (employés et employeurs)

Les intermédiaires :

	AGA	COURTIERS
STATUTS	Entreprise individuelle ou sociétaire (dont société à forme commerciale : SARL...) L'agent n'a pas le statut de commerçant Profession libérale.	Statut de commerçant impliquant une immatriculation au RCS
QUALITE	Mandataire de l'entreprise d'assurance	Mandataire de son (ses) client(s)
ASPECTS CONTRACTUELS	Traité de nomination.	Contrat d'entreprise réglementé par des usages
CHAMP D'ACTIVITE	Exclusivité territoriale Possibilité de courtage (limitée)	Pas de limite

## 2. Indiquez les obligations concernant l'intermédiation mises en place par la loi DDAC du 15 décembre 2005 et ses décrets d'application.

Rmq : Compte tenu de la formulation de la question, on ne peut pas exiger les conditions préexistantes à la DDAC (honorabilité, capacité(s), formation...)

### 1. Modification des conditions générales d'accès à la profession

#### 1.1. Condition d'immatriculation

Tous les intermédiaires sont obligés de s'immatriculer (sauf les salariés des entreprises)

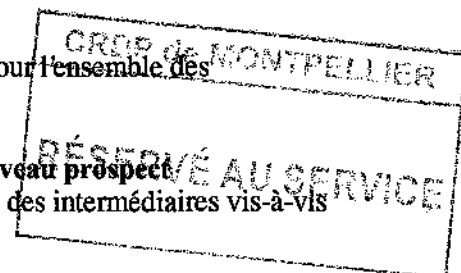
La loi de 2005 créa un registre des intermédiaires d'assurance et une association chargée de la tenue, la mise à jour, de ce registre. (ORIAS)

#### 1.2. Condition d'assurance

L'assurance de responsabilité civile professionnelle est obligatoire, à présent, pour l'ensemble des intermédiaires d'assurance (on n'exigera pas les montants).

### 2. Renforcement des obligations d'information et de conseil de chaque nouveau prospect

La loi du 15 décembre 2005 a déterminé précisément l'obligation d'information des intermédiaires vis-à-vis de leurs clients, afin de toujours mieux protéger ces derniers.



- A la conclusion du premier contrat, le nouveau client doit obligatoirement avoir connaissance des renseignements relatifs à l'intermédiaire et aux procédures de réclamation.

- à chaque nouveau contrat, l'intermédiaire doit indiquer s'il se prévaut d'un analyse de marché/ d'offre suffisante (précisions optionnelles :

son obligation contractuelle éventuelle de travailler exclusivement avec une ou plusieurs entreprises d'assurance (à la demande du client, le nom du ou des assureur(s) sera communiqué, il s'agit en principe de la situation de l'agent général),

malgré l'absence d'obligation d'exclusivité, son impossibilité de fonder son analyse sur un nombre suffisant de contrats offerts sur le marché, en communiquant, sur demande du client, les entreprises avec lesquelles il travaille,

son obligation d'analyser un nombre suffisant de contrats d'assurance offerts sur le marché de façon à recommander les plus adaptés à la situation du client (situation du courtier).

L'existence éventuelle de liens financiers avec ou ou plusieurs entreprises d'assurance)

- Sans oublier, l'information quant à la fourniture du contrat choisi. Il sera toujours précisé le contenu du contrat souscrit (information surtout dévolue à l'assureur), les orientations et conseils donnés.

Cette dernière information étant essentiellement fonction de la complexité du contrat proposé.

- L'intermédiaire doit analyser les risques du client, recueillir ses besoins et exigences, les préciser, les étudier, afin d'y répondre en informant le souscripteur potentiel des raisons du choix d'un contrat déterminé... Toutes ces informations devront désormais être écrites.

## 3. Présentez les stratégies adoptées par les entreprises d'assurance en matière de distribution

Les entreprises d'assurance adoptent deux grands axes concernant leur stratégie d'organisation des modes de distribution :

### I. Intégration aval ou externalisation (recours à des intermédiaires)

#### A. des entreprises intègrent la distribution en aval

a. par croissance externe : rachats de cabinets de courtage

b. par croissance interne : renforcement du poids des réseaux salariés, notamment pour les marchés d'assurance de personnes

#### B. des entreprises rationalisent leurs réseaux de distribution externalisés

a. regroupement d'agences,

b. optimisation du maillage territorial

c. recentrage des missions des réseaux sur le commercial et le front office (ré)intégration de la fonction gestion de sinistres

### II. Nouveaux canaux

A. Emergence de nouveaux canaux répondant aux besoins du marché : communication, accès à l'information, d'accessibilité aux services (24h/24), de nouveaux services...

a. Internet

b. Boutiques

SESSION 2009	ETSASJIR/CH	
ASE3ECO	Environnement économique, juridique et managérial de l'assurance	CORRIGE 3/7

- c. Plateformes téléphoniques
  - d. Réseaux spécifiques : professionnels, concessionnaires, grande distribution :
- B. Gestion multicanaux**
- a. Les entreprises peuvent créer des produits spécifiques pour chacun de leurs canaux
  - b. Les entreprises peuvent créer des canaux pour des cibles ou des produits spécifiques (banque, assurance de personnes, grands risques...)
  - c. Certains canaux peuvent proposer des services complémentaires à des canaux existants (déclaration de sinistre sur Internet pour une MSI, courrier...)

**4. Montrez les conséquences de ces évolutions de leur environnement pour les réseaux traditionnels.**

**I. rappel des évolutions**

A. nouvelles obligations

B. stratégies des entreprises d'assurance : intégration de la distribution, développement de réseaux concurrents

**II. conséquences**

A. conséquences négatives

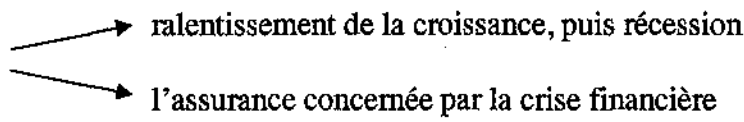
- a. risque de baisse d'activité, de perte d'effectifs due à la concurrence des autres réseaux (constat d'une baisse du poids des agents)
- b. coût de mise en place des outils d'information, de conseil, de la formation des collaborateurs et des commerciaux (produits d'assurance de personnes et placements)
- c. risque de mise en cause de la RC des intermédiaires

B. conséquences positives

- a. renforcement de la valeur ajoutée de l'intermédiaire (conseil, information, analyse du marché, contact, relationnel) crée une opportunité de différenciation pour les réseaux traditionnels
- b. extension des services proposés aux clients grâce à de nouveaux support (Internet : captage de contact pour les agences, déclaration de sinistres...)
- c. adaptation des stratégies : des choix très divers
  - i. stratégies de métier
    - 1. nouveaux métiers : apparition des grossistes
    - 2. recentrage
    - 3. diversification
  - ii. stratégies de croissance (fusions- acquisitions) : recherche de synergies, d'économies d'échelles

## 2<sup>ÈME</sup> PARTIE : raisonnement structuré

### Introduction

- Actualité du sujet 
  - ralentissement de la croissance, puis récession
  - l'assurance concernée par la crise financière
- Définition des termes :
  - croissance : augmentation (sur le long terme) de la production entraînant des modifications structurelles
  - l'activité d'assurance s'appréhende d'un double point de vue :
    - production d'un service marchand (de protection financière et patrimoniale)
    - activité d'intermédiaire financier (financement de l'économie par le biais des placements)
  - problématique : en des temps de turbulences économiques, quel rôle peut jouer l'assurance ?
  - annonce de plan : nous verrons que si l'assurance peut avoir un certain impact positif sur la croissance économique, cet impact est limité.

### **I. L'assurance peut avoir un certain impact sur la croissance économique**

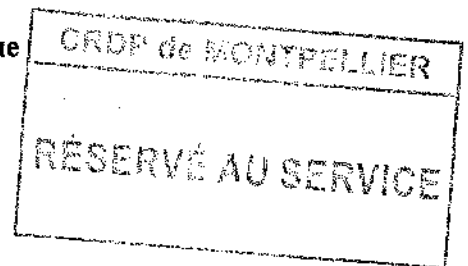
#### A. En agissant sur les 2 principaux piliers de la croissance assurance → action sur la demande → ↑ de la production

1. La consommation des ménages, moteur essentiel de la croissance  
L'assurance garantit la protection du patrimoine et des revenus  
(ex : protection sociale complémentaire - assurance vie : 1<sup>er</sup> placement des Français) permet le maintien d'une consommation stable tout au long de la vie.
2. action sur l'investissement des acteurs de l'économie à travers ses placements
  - Rôle d'investisseur institutionnel de l'assurance : mobilise des ressources financières dispersées et les redirige vers les investissements, → facilite la croissance économique en permettant aux entreprises d'augmenter leur production.
  - Pour les PME : depuis 2004 les sociétés d'assurance se sont engagées à augmenter les investissements dans les PME non cotées en Bourse.
  - Importance particulière (en période crise financière) des règles prudentielles encadrant l'activité financière de l'assurance ; Importance de la confiance et des facteurs comportementaux dans la croissance économique.

#### B. En s'associant aux nouveaux moteurs de la croissance

1. L'assurance est un moteur de la prise de risque, de la création et du développement de l'entreprise : assurances bris de machine, incendie, pertes d'exploitation, (MRE) ; permet de lisser le compte d'exploitation
2. Face au développement de nouveaux risques, l'assurance crée de nouveaux produits, ex : l'assurance dépendance, face au vieillissement de la population.
3. L'assurance se mobilise face au défi du développement durable.  
Ex : a participé au Grenelle de l'environnement agit en faveur des investissements socialement responsable (pour sa propre gestion d'actifs comme vis-à-vis de ses clients).

#### C. Dynamisme productif du secteur de l'assurance : sa production (chiffre d'affaires) augmente plus vite que le PIB, création d'emploi, distribution de revenus, contribution aux recettes fiscales.



SESSION 2009	ETS ASSURANCE	
ASE3ECO	Environnement économique, juridique et managérial de l'assurance CORRIGE	5/7

## II. Mais la contribution de l'assurance à la croissance économique est limitée

### A. L'assurance n'a qu'un impact limité sur la consommation et l'investissement

- pour la consommation : importance du pouvoir d'achat du revenu disponible
- pour l'investissement, importance de la capacité et/ou de la propension à épargner (influe sur les volumes de collecte), importance des anticipations de la demande future et du taux d'intérêt et de l'inflation
- pour les développements des entreprises, certains risques atteignent les limites de l'assurabilité (risques de développement), ce qui peut freiner l'innovation des entreprises (nano-technologies)

### B. D'autres éléments peuvent influencer la croissance

- importance de la demande extérieure (exportations) – impact de la mondialisation – crise actuelle – répercussion des déséquilibres dans un pays (Etats-Unis), pour un acteur (banques), sur l'ensemble des acteurs (y compris l'assurance) dans tous les pays.
- importance du rôle d'autres institutions financières : banques
- importance de la politique économique (politique monétaire, politique budgétaire)  
Exemple de la crise actuelle : seul l'État peut restaurer la confiance, sans laquelle il ne peut y avoir de croissance économique.

### Conclusion

Rôle très important de l'assurance en période de croissance, et surtout en période de crise.

Assurance au cœur des débats autour de la confiance, des règles prudentielles et de la régulation des flux financiers. « Société assurantielle » l'assurance, un des piliers de la croissance de demain ?

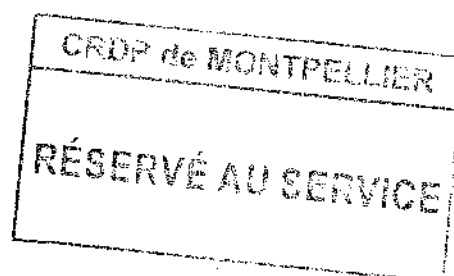
SESSION 2009	BTS ASSURANCE	
ASE3ECO	Environnement économique, juridique et managérial de l'assurance <b>CORRIGE</b>	6/7

**2<sup>ÈME</sup> PARTIE : 10 points**

**Compétences :**

- mettre en évidence le rôle économique et social de l'assurance (C4)
- mettre en évidence les composantes de l'environnement des entreprises d'assurances (C15)

- On attend du candidat qu'il situe l'assurance dans son environnement macro économique :  
→ bonne connaissance du circuit.
- On peut valoriser la connaissance de l'actualité économique (lien avec la crise actuelle).
- On attend du candidat qu'il structure son développement sans oublier les limites de l'impact de l'assurance sur la croissance (2<sup>ème</sup> partie du corrigé).



SESSION 2009	ETS ASSURANCE	
ASE3ECO	Environnement économique, juridique et managérial de l'assurance <b>CORRIGE</b>	7/7