

LA BANCASSURANCE : UN VENT D'EUROPE QUI SOUFFLE SUR L'AMÉRIQUE DU NORD

Divers collaborateurs d'Assurance vie Desjardins-Laurentienne

Volume 66, numéro 2, 1998

L'AVENIR DU SECTEUR DES SERVICES FINANCIERS CANADIEN
THE FUTURE OF THE CANADIAN FINANCIAL SERVICES SECTOR

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1105205ar>
DOI : <https://doi.org/10.7202/1105205ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

HEC Montréal

ISSN

0004-6027 (imprimé)
2817-3465 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

collaborateurs d'Assurance vie Desjardins-Laurentienne, D. (1998). LA BANCASSURANCE : UN VENT D'EUROPE QUI SOUFFLE SUR L'AMÉRIQUE DU NORD. *Assurances*, 66(2), 215–230. <https://doi.org/10.7202/1105205ar>

Résumé de l'article

L'un des plus grands bouleversements à survenir depuis une quinzaine d'années dans le secteur des services financiers est sans contredit la convergence des institutions bancaires et des compagnies d'assurance au sein d'un seul groupe financier. Les auteurs en décrivent le phénomène, nommé « bancassurance », qui est apparu en Europe au début de la décennie 1980, puis son développement extraordinaire aux États-Unis, vu les facteurs de réduction des coûts qu'il a engendré dans un marché hautement compétitif, et enfin son arrivée parmi les institutions canadiennes, les réactions de l'industrie de l'assurance et les défis que représente le phénomène pour les institutions financières québécoises.

LA BANCASSURANCE : UN VENT D'EUROPE QUI SOUFFLE SUR L'AMÉRIQUE DU NORD

**par divers collaborateurs
d'Assurance vie Desjardins-Laurentienne**

RÉSUMÉ

L'un des plus grands bouleversements à survenir depuis une quinzaine d'années dans le secteur des services financiers est sans contredit la convergence des institutions bancaires et des compagnies d'assurance au sein d'un seul groupe financier. Les auteurs en décrivent le phénomène, nommé «bancassurance», qui est apparu en Europe au début de la décennie 1980, puis son développement extraordinaire aux États-Unis, vu les facteurs de réduction des coûts qu'il a engendré dans un marché hautement compétitif, et enfin son arrivée parmi les institutions canadiennes, les réactions de l'industrie de l'assurance et les défis que représente le phénomène pour les institutions financières québécoises.

ABSTRACT

One of the major overthrows which have occurred since fifteen years in the financial services sector is certainly the amalgamation of banking institutions and insurance companies in one single financial group. The authors describe the phenomena called «bancassurance», which first appeared in Europe in the first years of the 1980 decade, then took an extraordinary expansion in the United States, considering its costs reduction factors in a very competitive market, and finally reached the Canadian financial institutions. They concluded with the reactions of the Canadian insurance industry and the challenges for Quebec financial institutions.

■ LA BANCASSURANCE EN EUROPE

L'un des plus grands bouleversements à survenir depuis une quinzaine d'années dans le secteur des services financiers est sans contredit la convergence des institutions bancaires et des compagnies d'assurances au sein d'un seul groupe financier. Ce phénomène, qui est d'abord apparu en Europe au début des années 1980, a été décrit comme la bancassurance et se concrétise par la vente de produits d'assurance par l'institution bancaire à sa clientèle.

À travers l'Europe, la bancassurance s'est développée à un rythme et sous des formes variables selon les pays. Si la France a été l'un des pays précurseurs dans le domaine, beaucoup d'autres lui ont aujourd'hui emboîté le pas : l'Espagne, l'Italie, la Belgique, les Pays-Bas, le Royaume-Uni, etc.

Comme en témoigne le tableau 1 ci-dessous, c'est surtout du côté de l'assurance vie que les bancassureurs ont fait une percée. En France, par exemple, ce sont principalement les produits d'assurance vie dits de «capitalisation» et comportant un avantage fiscal intéressant pour le consommateur qui expliquent en grande partie les succès des bancassureurs. Les consommateurs, conscients aux limites des régimes de retraite de l'État, se sont dirigés vers les institutions bancaires pour se procurer ces produits d'assurance afin de préparer leur retraite.

Le contexte de l'assurance dommages est différent de celui de l'assurance vie. Les marchés de l'assurance de dommages des

TABLEAU I
LA PART DE MARCHÉ DES BANCASSUREURS EN EUROPE

Pays	Assurance vie	Assurance de dommages
Allemagne	10 %	5 %
Belgique	19 %	4 %
Espagne	50 %	19 %
France	60 %	4 %
Italie	20 %	1 %
Pays-Bas	20 %	15 %
Royaume-Uni	22 %	1 %
Suède	20 %	1 %
Source : L'Argus, 20 juin 1997		

particuliers sont saturés, en faible croissance et cycliques. De plus, les synergies entre la vente des produits bancaires et les produits d'assurance de dommages sont moins fortes qu'avec les produits d'assurance vie, lesquels comprennent une composante épargne.

Le vent de bancassurance en provenance d'Europe souffle déjà depuis quelques années sur les institutions financières en Amérique du Nord, au fur et à mesure que se font sentir les pressions concurrentielles reliées à la mondialisation des marchés et à l'évolution rapide des technologies. Mais à cause des restrictions réglementaires imposées aux banques tant aux États-Unis qu'au Canada, les parts de marché actuelles des banques dans la distribution de produits d'assurance sont minimales, soit moins de 5 % dans ces deux pays.

■ LA PERCÉE DE LA BANCASSURANCE AUX ÉTATS-UNIS

□ L'évolution du contexte réglementaire

Ces dernières années, les États-Unis ont connu une forte consolidation du secteur bancaire et du secteur des assurances. Cette consolidation s'effectue pour des impératifs de réduction des coûts et de recherche d'économies d'échelle afin d'améliorer la position concurrentielle des institutions financières dans un marché hautement compétitif.

Parallèlement à ce mouvement de consolidation de l'industrie des services financiers, plusieurs brèches ont été ouvertes en ce qui concerne la réglementation touchant les pouvoirs des banques dans la distribution des produits d'assurance. Voici un survol des principales décisions rendues par les tribunaux américains à ce chapitre :

- en 1995, la Cour Suprême statuait que les rentes sont des produits d'investissement et non des produits d'assurance, permettant ainsi aux banques d'en faire la vente. Il s'agit de ce qu'il est convenu d'appeler le cas «VALIC»;

- en mars 1996, la Cour Suprême statuait que les banques nationales, sous les dispositions de la Section 92 du «National Bank Act», pouvaient faire la vente d'assurance à partir d'une agence affiliée et ce dans les villes dont la population est inférieure à 5 000 habitants (il s'agit de la décision *Barnett Bank*). Suite à ce jugement, le «Comptroller of the Currency» émettait une directive en

novembre 1996 à l'effet que les banques sous cette juridiction pouvaient effectuer des campagnes nationales de marketing direct à partir de leurs agences affiliées situées dans les villes de moins de 5 000 habitants;

- en décembre 1996, le «Comptroller of the Currency» décrétait que les banques nationales pouvaient créer des filiales d'opérations pour leurs activités non traditionnelles plutôt que des filiales de type «holding company ». Ces nouvelles règles seront moins coûteuses pour les banques désireuses de s'engager dans des activités non traditionnelles. Ces règles pourraient possiblement permettre aux banques d'effectuer des activités de souscription de produits d'assurance.

Contrairement aux banques canadiennes, les banques américaines peuvent vendre des rentes et elles détiennent aujourd'hui plus de 20 % de ce marché. Les banques américaines sont également d'importants joueurs dans le marché des fonds d'investissement, avec une part de marché estimée à 15 % en 1995.

À quelques exceptions près et jusqu'à tout récemment, les banques américaines ne pouvaient vendre de l'assurance dans la plupart des États. Comme au Canada, elles sont autorisées à vendre de l'assurance crédit mais pas pour d'autres produits d'assurance comme l'assurance vie entière, l'assurance vie temporaire, l'assurance auto, l'assurance habitation.

La principale exception à ce niveau se situe du côté du «National Bank Act» qui autorise ce type d'institution bancaire à vendre des produits d'assurance dans les communautés de moins de 5 000 habitants. Traditionnellement, les «thrift institutions» ont des pouvoirs plus grands que les banques. Les banques d'épargne (Savings banks) au Connecticut, au Massachusetts et dans l'État de New York peuvent souscrire de l'assurance vie. D'autre part, grâce à certaines failles dans la réglementation, certains assureurs (ex.: Travelers, Prudential) ont été autorisés à acquérir certaines banques, les «nonbank banks». Ces banques sont principalement actives dans l'émission de carte de crédit. En 1987, on comptait 20 assureurs opérant des «nonbank banks». L'assureur USAA, qui compte comme clientèle les militaires américains aux États-Unis et à l'étranger, exerce des activités complètes d'une «federal savings bank».

Dans la foulée des nouveaux pouvoirs découlant de la décision «Barnett», les principales banques au détail aux États-Unis seraient à se positionner actuellement pour souscrire et vendre de l'assurance à l'échelle nationale. Dans l'État de l'Illinois, certaines

banques à charte de l'État veulent même profiter pleinement des pouvoirs reconnus aux banques nationales par la décision «Barnett» en convertissant leur charte d'État en charte nationale.

☐ **Le cadre de la Réforme des services financiers aux États-Unis**

Aux États-Unis, une réforme est actuellement en cours en ce qui concerne le secteur des services financiers. La modernisation du secteur financier était rendue nécessaire à cause de la forte consolidation des institutions financières aux États-Unis et ailleurs dans le monde, des pressions concurrentielles qui découlent de cette consolidation, de la mondialisation des marchés, des changements technologiques rapides, de la disparition graduelle des barrières entre les différents produits financiers, etc. Certaines lois et réglementations datant de plusieurs décennies ne sont tout simplement plus adaptées à ces nouvelles réalités.

Dans sa position présentée aux membres du «House Banking and Financial Services Committee» le 3 juin dernier, le Secrétaire d'État aux Finances Robert E. Rubin souhaite que la réforme actuelle puisse être bénéfique aux consommateurs, aux entreprises et à la communauté, qu'elle permette d'accroître la compétitivité de l'industrie dans le monde et qu'elle protège la sécurité et la solvabilité des institutions financières. Plus spécifiquement, le Secrétaire d'État vise à atteindre les objectifs suivants :

1. Le consommateur doit bénéficier des coûts moindres, d'une meilleure accessibilité et de meilleurs produits;
2. Les différents fournisseurs de produits financiers opèrent selon les mêmes règles du jeu (level playing field);
3. Les institutions financières peuvent offrir des produits et services financiers sans se perdre dans un dédale de lois et de réglementations archaïques;
4. La protection de l'assurance dépôt et le maintien de la sécurité et de la solvabilité des institutions financières.

Le Secrétaire d'État souhaite que la réforme du système de réglementation soit effectuée par fonction : «...we believe that we should move closer to a system of regulation by function, whereby specific financial activities would be regulated by the appropriate federal or state agency, regardless of where these activities are conducted. In this way, consumers would receive consistent regulatory protections. The Federal Reserve would continue to be

responsible for consolidated supervision of bank holding companies but through streamlined procedures. And we would propose to create a council that would help improve coordination among the various financial services regulators.»

Les enjeux de cette réforme sont énormes puisque l'on évalue que les consommateurs américains ont dépensé en 1995 plus de 300 milliards de dollars en frais et commissions pour leurs produits bancaires, d'assurance et de valeurs mobilières. Avec un accroissement de la concurrence, les consommateurs américains pourraient économiser environ 15 milliards de dollars par année sur ces frais.

Ces résultats seraient donc rendus possibles grâce à l'élimination des contraintes empêchant les affiliations entre les banques et les autres types d'institutions financières et en élargissant les pouvoirs des institutions bancaires quant à la vente des produits et services financiers.

☐ **La présence des banques dans l'assurance**

Selon Association of Banks-in-Insurance (ABI), on estimait à 39 % le nombre de banques commerciales engagées dans une forme ou une autre de distribution et de mise en marché de produits d'assurance auprès de leurs clients en 1995. Le tableau 2 ci-dessous ventile ce pourcentage selon l'actif des banques.

Pour la distribution et la vente de produits d'assurance, les banques ont recours principalement à trois modèles de distribution dans les États où la vente de produits d'assurance est permise :

TABLEAU 2
BANQUES COMMERCIALES ENGAGÉES
DANS L'ASSURANCE - 1995

Actif	Nombre	% Distribution	Nombre de banques qui distribuent
Plus de 10 milliards \$	64	84 %	54
1-10 milliards \$	328	63 %	206
100-999 millions \$	2 800	69 %	1 941
Moins de 100 millions \$	7 258	19 %	1 887
Total	10 450	39 %	4 088
Source : ABI, 1996			

1. «third-party marketers»

Ces intermédiaires apportent une expertise externe et une gamme de produits de plusieurs fournisseurs. Le personnel provient d'agences avec des agents généraux indépendants (ce type d'agent s'apparente au courtier d'assurance au Québec). Il s'agit d'une approche attrayante pour les banques qui démarrent la distribution de produits d'assurance ou encore pour les banques qui n'ont ni les capacités financières ni l'expertise. Ces « third-party marketers» défraient les coûts initiaux de démarrage des opérations. Le rôle de la banque consiste à fournir au «third-party marketer» un espace de travail au sein de la succursale et l'accès à la base de données de la clientèle de la banque pour effectuer de la prospection et de la vente. Essex Corporation, Marketing One et Laughlin Group comptent parmi les principaux «third-party marketers» aux États-Unis.

2. le personnel de la banque (aussi appelé «platform employees»)

Les employés de la banque sont formés et autorisés à la vente de produits d'assurance. Il peut s'agir des représentants de service à la clientèle de la succursale et des directeurs ou assistants directeurs de la succursale. La vente de produits d'assurance s'effectue en sus des autres tâches du personnel, par exemple à l'ouverture de compte ou lors d'une demande d'emprunt.

3. une agence d'assurance affiliée à la banque

La forme de cette distribution consiste pour la banque à créer ou encore à acquérir une agence qui sera affiliée à la banque. Le fonctionnement de l'agence est similaire à une agence indépendante mais elle est localisée dans la succursale bancaire ou près de celle-ci. Cette approche serait la plus rentable et la plus efficace pour l'industrie.

Le réseau le plus utilisé pour la vente de produits d'assurance et de rente au sein des banques est par le personnel licencié («platform employees») qui effectue la vente directement auprès des clients.

Dans le cas où il s'agit d'assurance crédit collective, les employés des institutions bancaires ne sont pas requis de détenir un permis pour vendre ce produit aux clients de la banque. En effet, plusieurs assureurs utilisent la notion d'exemption de groupe («group exemption») qui existe dans plusieurs États. Cette notion précise que les employés n'ont pas à détenir un permis pour offrir de l'assurance crédit collective à leurs clients, puisque l'employé ne reçoit pas de commission découlant de la vente de ce produit.

□ La part de marché des banques et les perspectives de croissance

Aujourd'hui, on estime que les banques américaines détiennent plus de 20 % du marché des rentes (il s'agit principalement de rentes à imposition différée avec avantage fiscal) et qu'elles détiennent une portion minime du marché des produits d'assurance vie et maladie.

Avec la récente décision «Barnett», les perspectives de croissance pour la vente de produits d'assurance par les institutions bancaires sont élevées, particulièrement si d'autres ouvertures réglementaires se concrétisent dans le cadre de la réforme des services financiers actuellement en cours au Congrès américain.

Ainsi, comme l'illustre le tableau 3 ci-dessous, le volume primes total de produits d'assurance provenant des banques en 1995 est estimé à 23,7 milliards de dollars, dont 21,1 milliards de dollars pour les rentes. On prévoit que le volume total devrait atteindre 68 milliards de dollars en 2000. Le volume primes en assurance vie traditionnelle (temporaire, permanente, universelle) connaîtrait une forte croissance, passant de 430 millions de dollars en 1995 à 9 milliards de dollars en 2000.

Cette forte expansion des banques se fera fort probablement auprès de la classe moyenne américaine, une clientèle qui a été traditionnellement peu desservie par les agents d'assurance. D'après LIMRA International, 70 % des employés ayant un revenu familial de moins de 75 000 de dollars n'ont aucune autre

TABEAU 3
VOLUME PRIMES POUR LES PRODUITS D'ASSURANCE
DISTRIBUÉS PAR LES BANQUES

Type de produit	Volume primes 1995 (millions de dollars)	Volume primes 2000 (millions de dollars)
Rentes	21 100	45 000
Assurance crédit-vie	1 500	N.D.
Assurance vie traditionnelle	430	9 000
Assurance dommages - particuliers	290	N.D.
Autres	470	N.D.
TOTAL	23 790	68 000
Source : Datamonitor		

protection d'assurance vie et maladie que leur assurance collective au travail.

Il existe donc un segment de la population qui demeure mal desservi par le système de distribution des agents et courtiers d'assurance, à cause principalement du peu d'attrait financier que représente ce segment pour les agents. Par conséquent, plusieurs assureurs recherchent des réseaux de distribution plus efficaces et moins coûteux pour rejoindre la classe moyenne et le réseau des institutions bancaires est l'un de ceux-ci.

Certaines études révèlent d'ailleurs que 75 % des 50 plus importantes compagnies d'assurance vie distribuent des produits d'assurances par l'entremise des banques nationales. Ainsi, 80 % des compagnies d'assurance présentes auprès des banques sont actives dans la vente de rentes, 32 % en assurance vie universelle, 24 % en assurance vie temporaire, 18 % en assurance crédit et 15 % en assurance vie permanente.

☐ **Une percée plus lente du côté de l'assurance de dommages**

Comme nous l'avons décrit plus haut, la percée des banques dans le secteur de l'assurance dommages est beaucoup plus lente que dans le secteur de l'assurance vie dans la majorité des pays où la bancassurance s'est développée. En France par exemple, la part de marché des bancassureurs dans le secteur de l'assurance de dommages se situe à environ 4 % mais devrait s'accroître à 6 % ou 8 % d'ici 2000. Les principales banques en France sont d'ailleurs toutes impliquées dans la distribution des produits d'assurance de dommages et elles constatent de plus en plus les avantages qu'offrent leurs réseaux de distribution pour les produits d'assurance aux particuliers.

Les États-Unis ne font pas exception à cette constatation. Certaines institutions bancaires croient pouvoir développer avec succès la distribution des produits d'assurance vie et d'assurance de dommages au sein de leurs réseaux de succursales.

C'est le cas de Comerica Bank de Détroit qui estime qu'il existe un marché pour ces deux lignes de produits d'assurance. Après avoir mis sur pied en 1995 une agence affiliée pour offrir une gamme de produits d'assurance vie, Comerica faisait l'acquisition au début de 1996 d'une agence spécialisée dans les produits d'assurance de dommages. Comerica visait également à lancer un programme de marketing direct pour offrir par téléphone tous les

types de produits d'assurance. Faisant partie des dix plus importants prêteurs auprès des PME aux États-Unis, Comerica a comme objectif de vendre des produits d'assurance aussi bien à sa clientèle commerciale qu'à sa clientèle de particuliers.

En Floride, Barnett Bank - dont la fusion avec NationsBank a été annoncée en août dernier pour former le premier groupe bancaire de Floride et le troisième groupe en importance aux États-Unis avec un actif combiné d'environ 290 milliards de dollars - consacre des efforts importants pour distribuer des produits d'assurance vie et d'assurance de dommages (auto et habitation). Barnett Bank a fait l'acquisition d'une agence située à Bellevue en Floride pour gérer toutes les ventes d'assurance. En assurance auto, Barnett Bank a défini une stratégie agressive de prix en réduisant ses primes de 10 % à 15 % par rapport aux géants de l'industrie que sont State Farm Group (Illinois) et Allstate Insurance (Illinois).

Ces exemples laissent entrevoir que les banques américaines vont considérer les produits d'assurance de dommages dans la gamme des produits d'assurance à offrir à leurs clients. Certains experts prétendent que les banques vont réussir à pénétrer graduellement le marché de l'assurance de dommages au fur et à mesure que leurs clients seront familiers avec l'idée de pouvoir se procurer des produits d'assurance de personnes directement auprès de leur banque.

☐ **Les réactions de l'industrie de l'assurance**

Les assureurs réagissent...

Face à la consolidation des secteurs bancaire et de l'assurance et aux ouvertures réglementaires découlant des récentes décisions des tribunaux quant à la distribution des produits d'assurance par les banques, plusieurs compagnies d'assurance ont mis sur pied des divisions spécialement dédiées pour effectuer la mise en marché de leurs produits d'assurance par les banques.

Par exemple, ITT Hartford Life a créé en mars 1996 une division spécialement conçue pour effectuer la vente de produits d'assurance vie individuelle par l'entremise des banques. En 1995, US Life créait un groupe dédié à la mise en marché de ses produits auprès des institutions financières. Cigna mettait sur pied en 1994 une division regroupant ses produits d'assurance vie et maladie et d'assurance de dommages pour les institutions financières. Dans les mois qui ont suivi la décision «Barnett», Aetna Life concluait sept ententes de distribution avec des banques.

En septembre 1996, le conseil d'administration du «American Council of Life Insurance» (ACLI) - l'équivalent de l'ACCAP au Canada - posait un geste historique en permettant à sa direction de négocier des ententes entre banques et assureurs dans le contexte de la réforme des services financiers aux États-Unis. Cette décision renverse la position traditionnelle de l'organisme qui était de désapprouver toute affiliation entre banques et assureurs (bank-insurer affiliations).

Essentiellement, ce revirement de position vise à permettre à l'ACLI de se tailler une place à la table des négociations du Congrès à Washington. Les décisions à venir dans le cadre de la réforme des services financiers auront des impacts importants sur les banques et les compagnies d'assurances.

...les associations d'intermédiaires aussi...

Après avoir lutté farouchement pendant plusieurs décennies contre l'entrée des banques dans le secteur de l'assurance, les agents d'assurance indépendants et les dirigeants des associations ont finalement accepté ce qui devenait inévitable, soit de mettre fin à leur opposition à la réforme des services financiers et de supporter les rapprochements entre banques et assureurs.

En effet, les associations d'intermédiaires «Independent Insurance Agents of America» (IIAA) et «National Association of Professional Insurance Agents» (PIA) ont récemment décidé d'opter pour une telle position en stipulant toutefois que les aspects de la réglementation de l'assurance par les États et la protection du consommateur devaient faire partie de la réforme législative.

D'autres associations de l'industrie de l'assurance sont venues appuyer cette position. Il s'agit entre autres de «National Association of Life Underwriters» (NALU), du «Council of Insurance Agents and Brokers» et de l'ACLI tel que mentionné plus haut. Le président de l'IIAA a même déclaré à cet effet : «To the banks, we say : Come talk to us. IIAA members want to set up joint marketing arrangements».

Au printemps 1997, des ententes sans précédent sont survenues dans l'État de l'Illinois entre certaines associations d'agents et courtiers en assurance et des institutions bancaires. Ces négociations ont conduit à des ententes permettant à toutes les banques, «thrifts», «credit unions» et compagnies de fiducie de cet État de vendre de l'assurance. Les mesures adoptées établissent certaines restrictions pour les activités de marketing et de vente et proposent que le département des assurances de l'État soit le seul organisme à

légiférer les activités de bancassurance. Par ailleurs, ces mesures favorisent des règles égales pour tous les réseaux de vente (level playing field) et permettront au consommateur d'avoir un plus grand choix de produits, tout en le mettant à l'abri des activités de vente liée au sein des institutions financières.

Tout récemment, la législature de l'État de l'Illinois adoptait une loi permettant aux banques à charte de l'État (state-chartered banks) de vendre tous les produits d'assurance sur le territoire de cet État, et ce, dès le 1^{er} octobre 1997. Cette loi permettra à tous les employés de l'institution financière, incluant les officiers de crédit, de détenir les permis requis par l'État pour vendre de l'assurance. La loi exigera que le client soit informé des différences entre l'assurance-dépôt et les autres produits d'assurance et qu'il peut choisir un produit d'assurance crédit ailleurs qu'à son institution financière au moment de contracter un emprunt.

Ce compromis dans l'État de l'Illinois est d'autant plus surprenant que cet État a été au cours des dernières années fermement opposé à la vente d'assurance par les banques.

...et les agents d'assurance s'inquiètent !

Plusieurs études révèlent qu'une forte proportion d'agents en assurance sont inquiets par rapport à la possibilité de voir les banques vendre des produits d'assurance vie. En fait, la plupart s'opposent à l'idée de voir les banques investir dans le domaine de l'assurance.

Mais tous ne sont pas inquiets. Les agents d'assurance qui ciblent les marchés des hauts revenus et des propriétaires d'entreprise ne sont pas vraiment inquiets de l'incursion des banques dans l'assurance. En effet, ceux-ci sont persuadés que les banques n'ont pas les compétences et les habiletés requises pour bien servir les besoins sophistiqués de ces clientèles. Par conséquent, ces agents d'assurance estiment que les banques cibleront davantage leurs efforts de vente auprès de la clientèle à revenu moyen.

Lorsque l'on aborde la question des impacts probables d'une entente de distribution entre leur agence et une banque sur la clientèle actuelle de l'agent, les agents d'assurance sont moins tranchants dans leur opposition. Lors d'un sondage effectué en février 1997 pour la publication *Rough Notes*, plus de la moitié des répondants (54 %) croient qu'une entente de distribution entre leur agence et une banque n'aurait pas d'impacts défavorables sur leur clientèle. De plus, 69 % des répondants en faveur d'une telle entente de distribution considéreraient la vente de produits

d'assurance de dommages, 46 % des produits d'assurance vie et maladie et 38 % des produits de rente.

Malgré ces réticences et la forte opposition que livrent depuis plusieurs années les agents d'assurance face à l'entrée des banques dans le secteur de l'assurance, certains agents ont décidé de se positionner favorablement face à la venue des banques dans leur secteur d'activités. Au New Jersey par exemple, la plus importante agence indépendante de l'État - Bollinger Fowler Co. - souhaite concrétiser une alliance avec une banque dès cette année.

■ LES IMPACTS POUR LE CANADA

Au niveau fédéral, la réforme du secteur financier a débuté il y a une dizaine d'années, permettant aux grandes banques à charte canadienne de faire l'acquisition de courtiers en valeurs mobilières, de fiducies et, depuis 1992, de compagnies d'assurances.

Malgré les nouveaux pouvoirs accordés aux banques dans le domaine de l'assurance, celles-ci ne peuvent offrir directement en succursales des produits d'assurance à leur clientèle, à l'exception des produits d'assurance déjà autorisés. La réglementation fédérale donne aux banques canadiennes l'autorisation de vendre les huit types d'assurance suivants :

- assurance vie et invalidité de crédit (collective);
- assurance carte de crédit ou de paiement (individuelle ou collective);
- assurance crédit en cas de perte d'emploi (individuelle ou collective);
- assurance crédit pour stocks de véhicules (individuelle ou collective);
- assurance crédit des exportateurs (collective);
- assurance hypothèque (collective);
- assurance voyage (individuelle ou collective);
- assurance accidents corporels (collective).

Les banques ne peuvent vendre d'autres produits d'assurance en succursale, ni en faire la promotion. Les banques réclament toujours ce pouvoir d'Ottawa et plusieurs d'entre elles accélèrent

leur entrée dans le secteur des assurances par l'acquisition ou la création de compagnies d'assurance et par la création de nouveaux réseaux de distribution pour les produits d'assurance vie et d'assurance de dommages (vente directe par marketing direct et télé-marketing, agents à salaire, Internet, etc.). Récemment, la tentative de la Banque Royale de se porter acquéreur de la London Life confirme une tendance amorcée par plusieurs banques depuis quelques années d'investir dans le secteur des assurances et d'y imposer leur présence (voir annexe).

En décembre 1996, le ministre des Finances confiait au Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadien le mandat d'effectuer une consultation publique et de formuler des recommandations à cet effet. Ce groupe examinera les politiques publiques s'appliquant au secteur des services financiers et il fera des recommandations pour renforcer :

1. la contribution du secteur à la création d'emplois, à la croissance économique et à la nouvelle économie;
2. la concurrence, l'efficience et l'innovation dans ce secteur;
3. la compétitivité internationale du secteur, compte tenu de la mondialisation des services financiers, tout en maintenant des institutions financières canadiennes solides et dynamiques;
4. la capacité du secteur à tirer pleinement profit des progrès technologiques et à relever les défis qu'entraîne, sur le plan de la concurrence, l'instauration de nouvelles technologies;
5. la contribution du secteur à la protection des consommateurs canadiens.

Parmi les questions abordées par le Groupe de travail, mentionnons que les mécanismes de distribution des services financiers seront traités. Deux points seront couverts à ce chapitre :

- existe-t-il des incohérences au sein des pratiques et des règles régissant la distribution des produits financiers (par exemple les règles applicables d'une province à l'autre, d'une institution à l'autre, ou d'un produit à l'autre) qui réduisent l'efficience du marché et vont à l'encontre de l'objectif d'équité des règles du jeu ?
- faut-il apporter des correctifs aux règles et aux pratiques en question, afin de permettre au secteur des services financiers de faire bénéficier ses consommateurs de tous les avantages liés à l'innovation technologique (ce qui est conforme au principe de protection du consommateur), et, si oui, en quoi consistent ces correctifs et sont-ils apportés suffisamment rapidement ?

Compte tenu des facteurs de proximité géographique du Canada avec les États-Unis, des accords de libre-échange réciproques entre ces deux pays, de la présence de plusieurs institutions financières américaines au Canada ainsi que d'institutions financières canadiennes présentes sur le marché américain, des objectifs similaires poursuivis par les gouvernements de part et d'autre de la frontière dans le cadre des réformes du secteur financier, il y a tout lieu de croire que les aménagements réglementaires qui seront adoptés aux États-Unis auront un impact sur la réforme au Canada.

Les nouvelles activités permises aux banques américaines par le législateur exerceront une pression auprès des autorités réglementaires canadiennes pour accorder des pouvoirs similaires aux banques canadiennes, particulièrement dans le contexte du libre-échange. Il ne faut certes pas négliger l'effet «domino» qu'aura la réforme américaine sur celle actuellement en cours au Canada.

■ LES DÉFIS POUR LE QUÉBEC ET SES INSTITUTIONS FINANCIÈRES

Les objectifs poursuivis par le gouvernement du Québec dans le cadre de la révision de la loi 134 rejoignent ceux des réformes américaine et canadienne. Les objectifs visés sont les suivants :

- renforcer la protection du consommateur et de l'investisseur tout en leur permettant un accès aux produits et services financiers au meilleur coût possible;
- optimiser le décloisonnement des réseaux de distribution de produits et services financiers;
- réduire les coûts inhérents à l'encadrement et à la réglementation de la distribution des produits et services financiers;
- simplifier et uniformiser l'encadrement des intermédiaires de marché;
- affirmer et préserver la compétence du Québec dans la distribution de produits et services financiers.

Avec la révision en cours de la *Loi sur les intermédiaires de marché*, le Québec a l'opportunité de maintenir son avant-gardisme sur les gouvernements américain et canadien en ce qui concerne son champ de compétence qu'est la distribution des produits et services

financiers et de favoriser le développement de ses institutions financières dans un secteur de l'économie très concurrentiel et de plus en plus mondial.

Le Québec devra donc avoir l'audace d'aller plus loin afin de maintenir sa position de leader nord-américain en matière de décloisonnement de la distribution des produits et services financiers.

□ **Références**

- L'Argus*, Une «success story» de Stockholm à Lisbonne, 20 juin 1997.
- Directions*, US Banks offer insurance, March-April 1997.
- Resource*, Bank Insurance : Findings from the LOMA Bank Insurance Survey for Financial Institutions, February 1997.
- Best's Review*, Bancassurance American Style : Opportunities in Partnerships, July 1996.
- Best's Review*, Banks Stake Their Claim, June 1997.
- Rough Notes*, Associations Relaxing Their Attitudes on Bank-Insurer Affiliations, March 1997.
- BestWeek*, Illinois Agents, Bankers Hammer Out Legislation for Bank Insurance Sales; Swift Passage Expected, May 19, 1997.
- Life & Health Insurance Sales*, Who's Afraid of Banks ?, July/August 1997.
- Rough Notes*, Agents Provide Views on Partnerships with Banks, March 1997.
- The Conference Board of Canada*, Bancassurance Activities in Canada : A Primer on the Issues, February 15, 1996.
- US Treasury Secretary Robert E. Rubin*, Allocution prononcée devant le «House Banking and Financial Services Committee, June 3, 1997.
- Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadien*, Document de discussion, Juin 1997.
- Commission du budget et de l'administration*, Rapport synthèse des consultations particulières sur le Rapport quinquennal sur la mise en oeuvre de la Loi sur les intermédiaires de marché, Décembre 1996.
- ABA Banking Journal*, The Insurance Quest Isn't Over Yet, June 1997.
- Gary Fagg*, An Introduction to Credit Life and Disability Insurance, 1990.
- Le Devoir*, Mégafusion bancaire aux États-Unis, 30 août 1997.