

Étude canadienne sur l'assurance- vie personnelle

Rapport *Perspectives* 2021/22 pour
nos partenaires

Juillet 2022



Aperçu de l'étude

- Ceci est la première année de l'étude
- Nous avons eu la participation de 345 conseillers



Objectifs de ce rapport

Partager les résultats avec nos partenaires *Perspectives*:

- Principaux défis de l'industrie
- Tendances qui influencent l'industrie de l'assurance-vie personnelle
- Positionnement concurrentiel des assureurs



Assureurs notables

Assureurs perçus avec la valeur la plus élevée par produits:

- **Empire Vie** (Vie temporaire)
- **Équitable** (Vie entière)
- **Desjardins** (Maladies graves)
- **RBC Assurances** (Invalidité)
- **Croix Bleue de l'Ontario** (Maladie et dentaire)

Fournisseurs les mieux classés par attribut clé:

- **RBC Assurances** (Capacité de grossiste)
- **Empire Vie** (Facilité de la pratique des affaires)
- **Manuvie** (Notoriété de la marque)
- **Forestiers** (Services à valeur ajoutée)



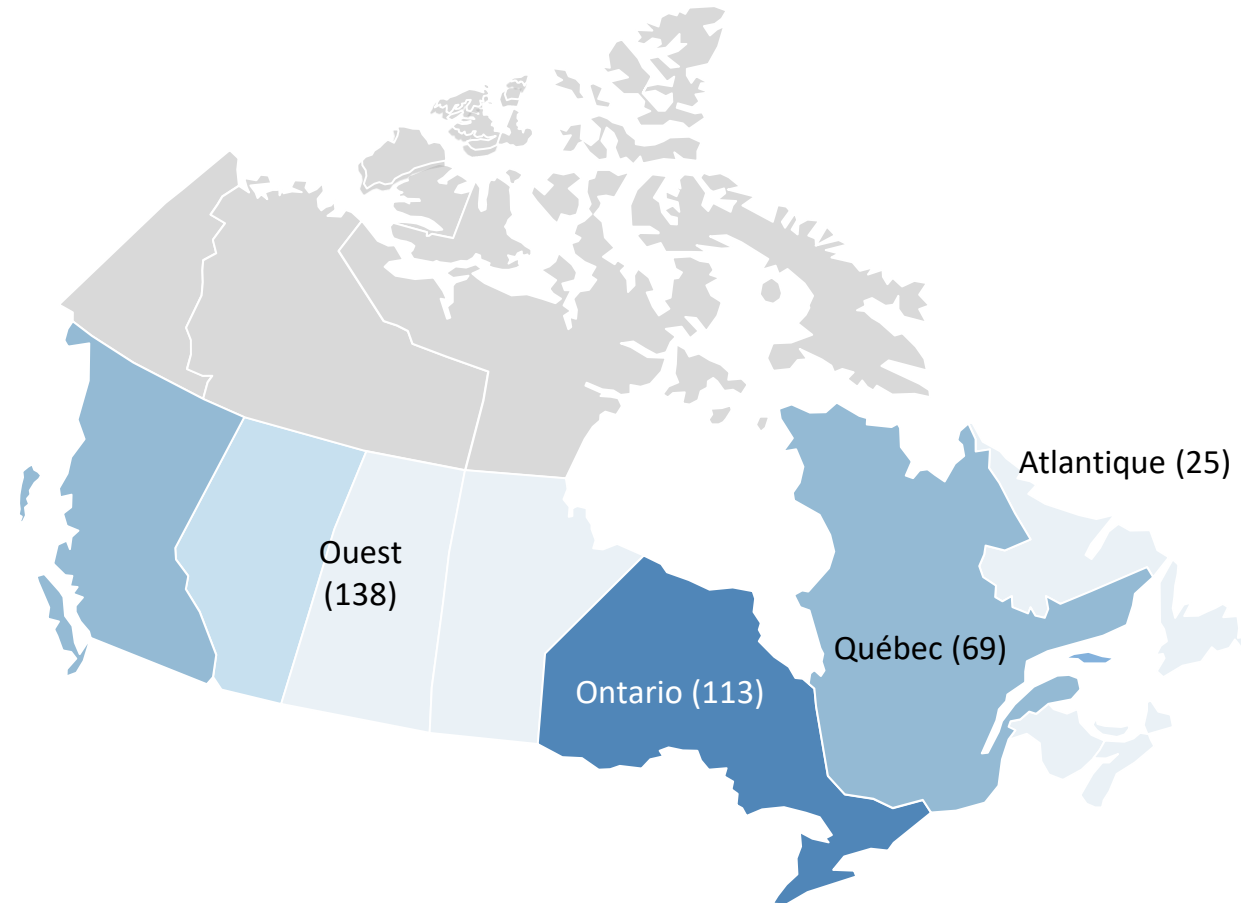
Observations du marché

- Le marché canadien de l'assurance personnelle **présente des opportunités inexploitées**, en particulier pour l'assurance-vie et l'assurance-invalidité. Les conseillers sont **optimistes quant à leurs attentes en matière de ventes pour 2022/23**, en particulier pour l'assurance vie entière et maladie grave
- **La Covid-19** a créé des défis mais aussi des changements positifs pour le marché de l'assurance
 - **Les demandes d'assurance se sont multipliées**, notamment auprès de la jeune génération et des clients proche de la retraite
 - La plupart des conseillers ont signalé **une meilleure productivité de l'entreprise** reliée à la sensibilisation des clients et la création de nouvelles opportunités d'affaire
 - La pandémie a entraîné **des investissements plus élevés en technologie** et une adoption plus large des processus numériques, y compris l'utilisation de signatures électroniques et d'applications électroniques
- Malgré les progrès technologiques accélérés, **la technologie reste une préoccupation majeure** pour les conseillers, en raison de l'augmentation du nombre d'acheteurs faire soi-même et de la concurrence digital. **La notoriété des Insurtechs reste faible** dans la communauté des conseillers
- Les conseillers continuent de rechercher des solutions optimales pour un meilleur **engagement avec leurs clients et le développement des affaires** dans un avenir hybride (interaction en personne vs virtuelle)
- L'introduction **d'agrégateurs d'assurance n'a pas été un problème majeur pour la plupart des conseillers**, tandis que ceux qui sont concernés se sont concentrés sur l'amélioration de leur service, le renforcement de leur proposition de valeur et l'investissement dans la technologie pour atténuer les risques.
- Les **3 grands fournisseurs** (Manuvie, Canada-Vie et Sun Life) se distinguent par la force de leur marque, bien que **les plus petits fournisseurs**, dont l'Empire Vie et l'Industrielle Alliance, sont reconnus pour leurs capacités numériques, appuyées par des applications électroniques appréciées dans le marché.

L'étude NMG sur l'assurance vie individuelle a mené 345 entrevues partout au Canada avec des conseillers axés sur la vente d'assurance vie et maladie individuelle



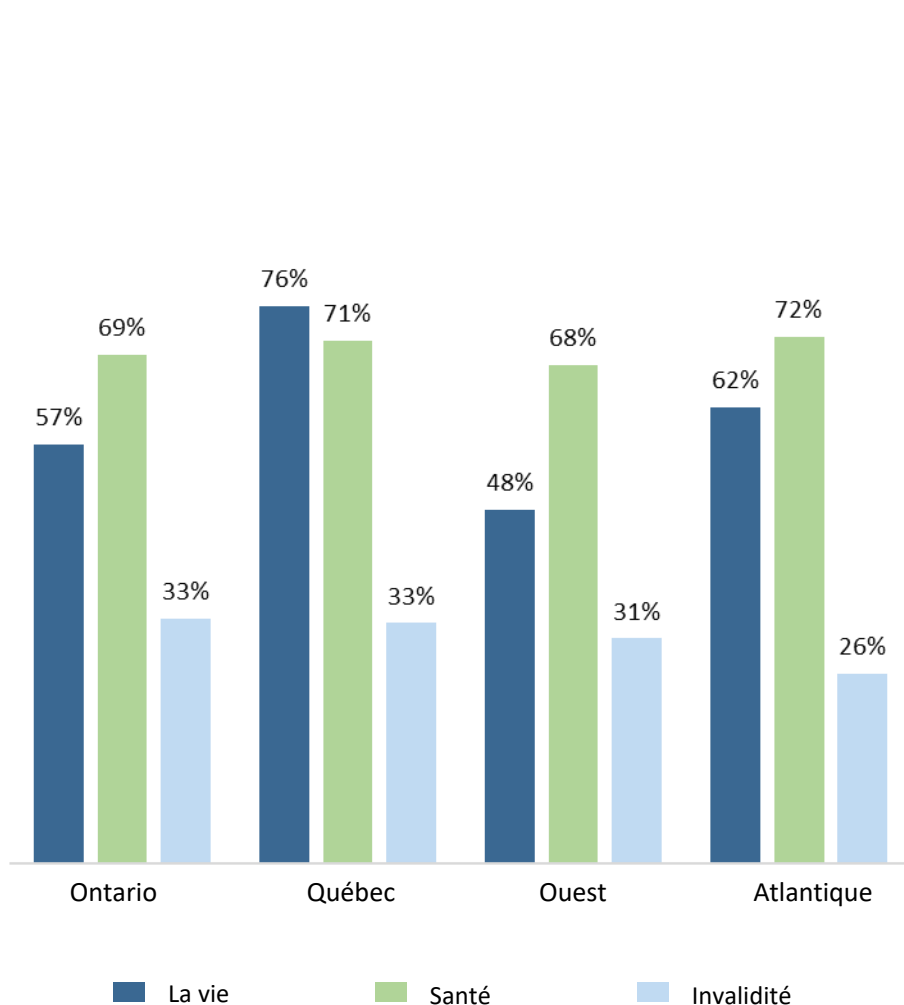
Répartition régionale



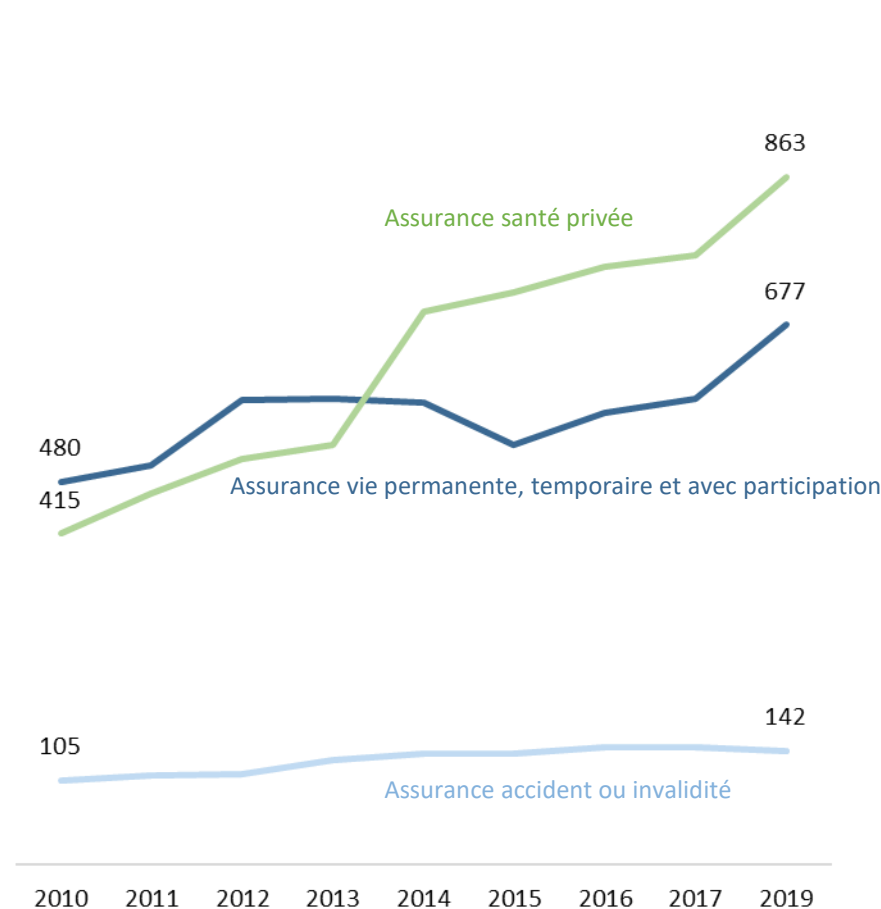
- ▶ L'échantillon de l'étude NMG sur l'assurance-vie personnelle au Canada se concentre sur les intermédiaires clés qui vendent principalement de l'assurance-vie et de l'assurance-maladie individuelle dans le marché canadien
- ▶ **345 entrevues** ont été menées partout au Canada avec des consultants et des courtiers du marché canadien de l'assurance-vie personnelle

Des possibilités de croissance inexploitées existent dans le marché canadien de l'assurance-vie et maladie, justifiées par de fortes dépenses des ménages

% de la population totale ayant une couverture d'assurance
(Octobre 2020)



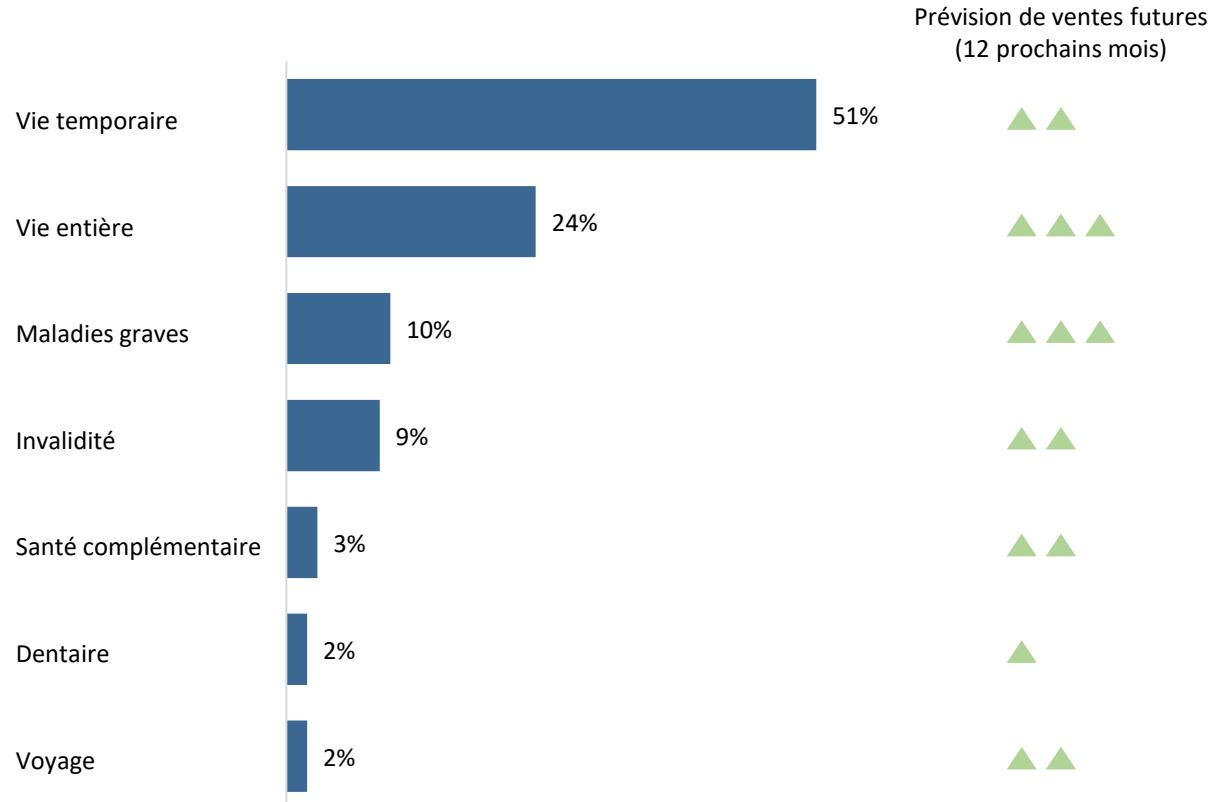
Dépenses des ménages canadiens en primes d'assurance
(Dépense annuelle moyenne par ménage, \$ CA)



- ▶ Le marché du Québec a la couverture d'assurance-vie la plus élevée par rapport aux autres régions, tandis que l'Ouest canadien est le marché le moins saturé
- ▶ La couverture de l'assurance maladie est constamment élevée pour tout le pays, soutenue par une croissance rapide des dépenses des ménages en assurance maladie privée au cours de la dernière décennie
- ▶ Les primes d'assurance accident ou invalidité restent régulièrement faibles. Seulement un Canadien sur trois est protégé par une assurance invalidité. La couverture la plus faible est dans la région de l'Atlantique

Les ventes d'assurance vie temporaire constituent la majorité des revenus, avec tous les produits s'orientant positivement en terme de prévisions futures

Gamme de produits déclarée (par prime, 12 derniers mois)

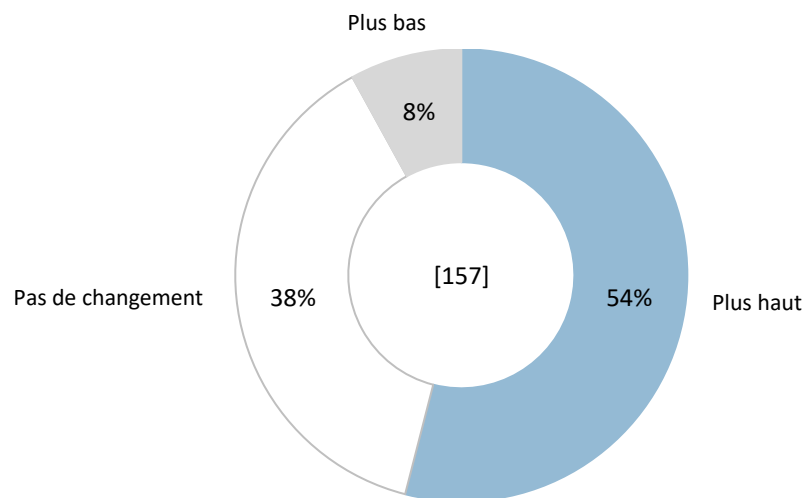


► Au Canada, 85 % des conseillers ont réalisé la majeure partie de leurs ventes d'assurance personnelle dans des produits d'assurance-vie temporaire ou d'assurance-vie entière au cours des 12 derniers mois

► Les prévisions de ventes futures sont optimistes avec plus de la moitié des intermédiaires prévoyant une augmentation au cours des 12 prochains mois, en particulier pour les produits d'assurance vie entière et maladies graves

Covid-19 a entraîné une augmentation des demandes d'assurance, en particulier parmi la jeune génération et ceux qui approchent de la retraite

Demandes de couverture à cause de la Covid-19 (12 derniers mois)



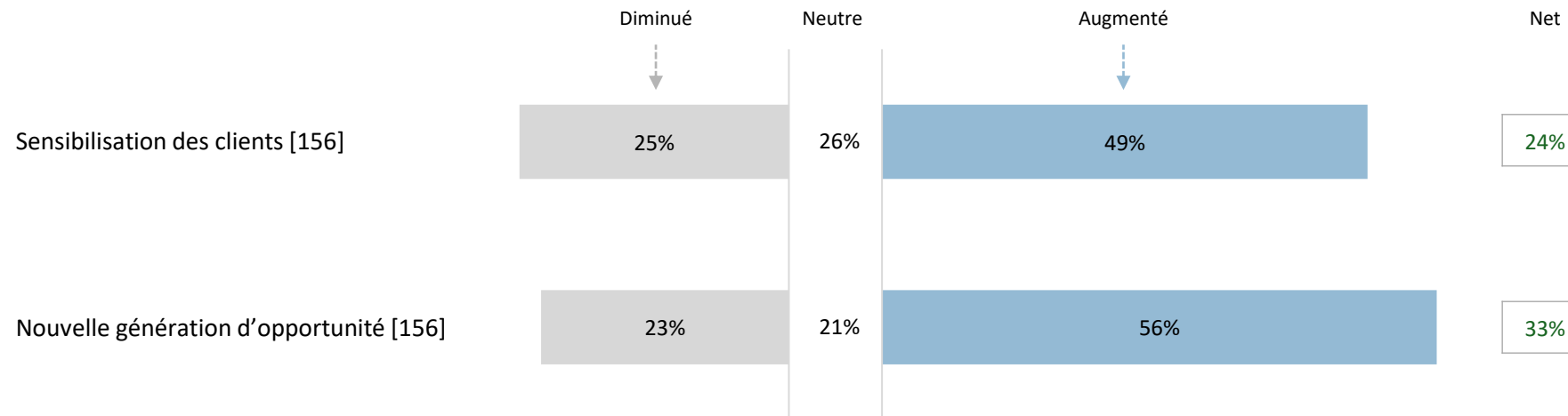
Principaux marchés de clients demandant de l'assurance (12 derniers mois)



- ▶ Covid-19 a conduit à une sensibilisation accrue à l'assurance où les intermédiaires constatent une augmentation du nombre de clients demandant une couverture
- ▶ Plus d'intermédiaires voient la même proportion ou une proportion plus élevée de clients en Ontario et au Québec qui se renseignent sur leurs couvertures où la pandémie a été la plus grave comparée aux autres régions
- ▶ L'augmentation des demandes des clients provient le plus souvent d'une clientèle plus jeune avec de jeunes familles ou qui cherche à acheter une maison, suivie par des clients plus âgés qui approchent ou qui sont à la retraite

La mobilisation des clients et la création de nouvelles opportunités d'affaires ont été plus productifs pour la plupart des intermédiaires durant la pandémie

Impact de la Covid-19 sur la productivité de la génération de nouvelles opportunités d'affaire auprès de nouveaux et existants clients



- ▶ En général, les conseillers ont constaté une augmentation de la productivité, en particulier pour la nouvelle génération de nouvelles opportunités d'affaires
- ▶ Les augmentations de productivité dans la génération de nouvelles opportunités sont les plus répandues au Québec et dans les provinces de l'Ouest

La pandémie a également entraîné un investissement accru dans la technologie et l'adoption de processus numériques

Changements exécutés par les assureurs pendant la Covid-19



“ Acceptation des signatures électroniques sur les documents. Applications en ligne et soumissions de documents.

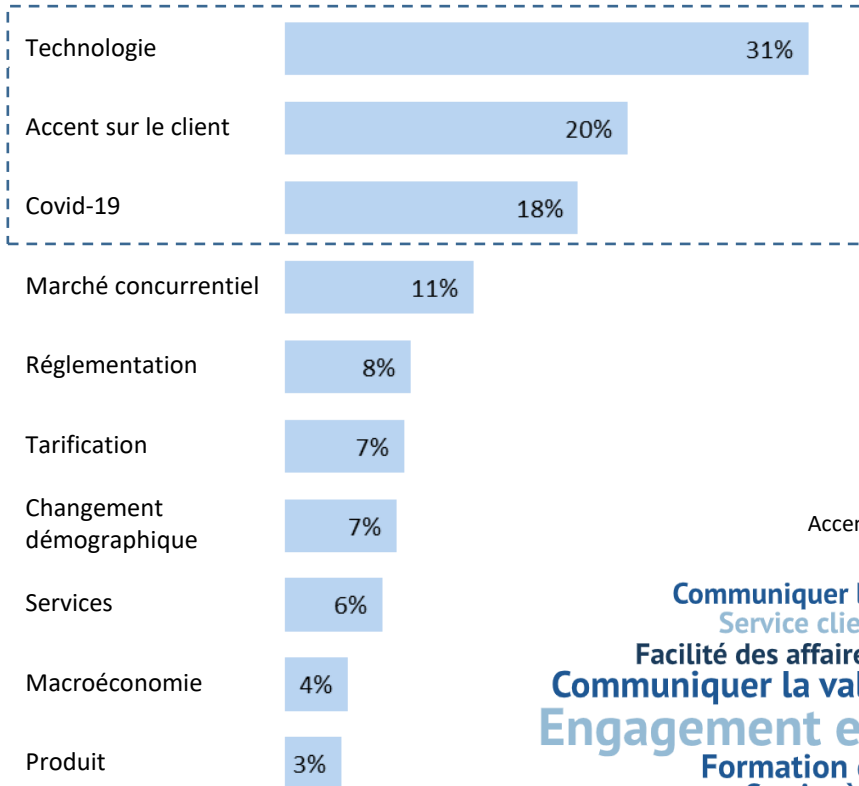
“ Tout est virtuel maintenant. Mais il nous manque la connexion, le soutien en personne et la compréhension des assureurs par rapport au fonctionnement de notre entreprise.

“ Ils s'adaptent très bien, mais ils doivent avoir de meilleures plateformes et continuer à penser aux conseillers. C'est nous qui signons tout ce business, donnez-nous plus d'outils !

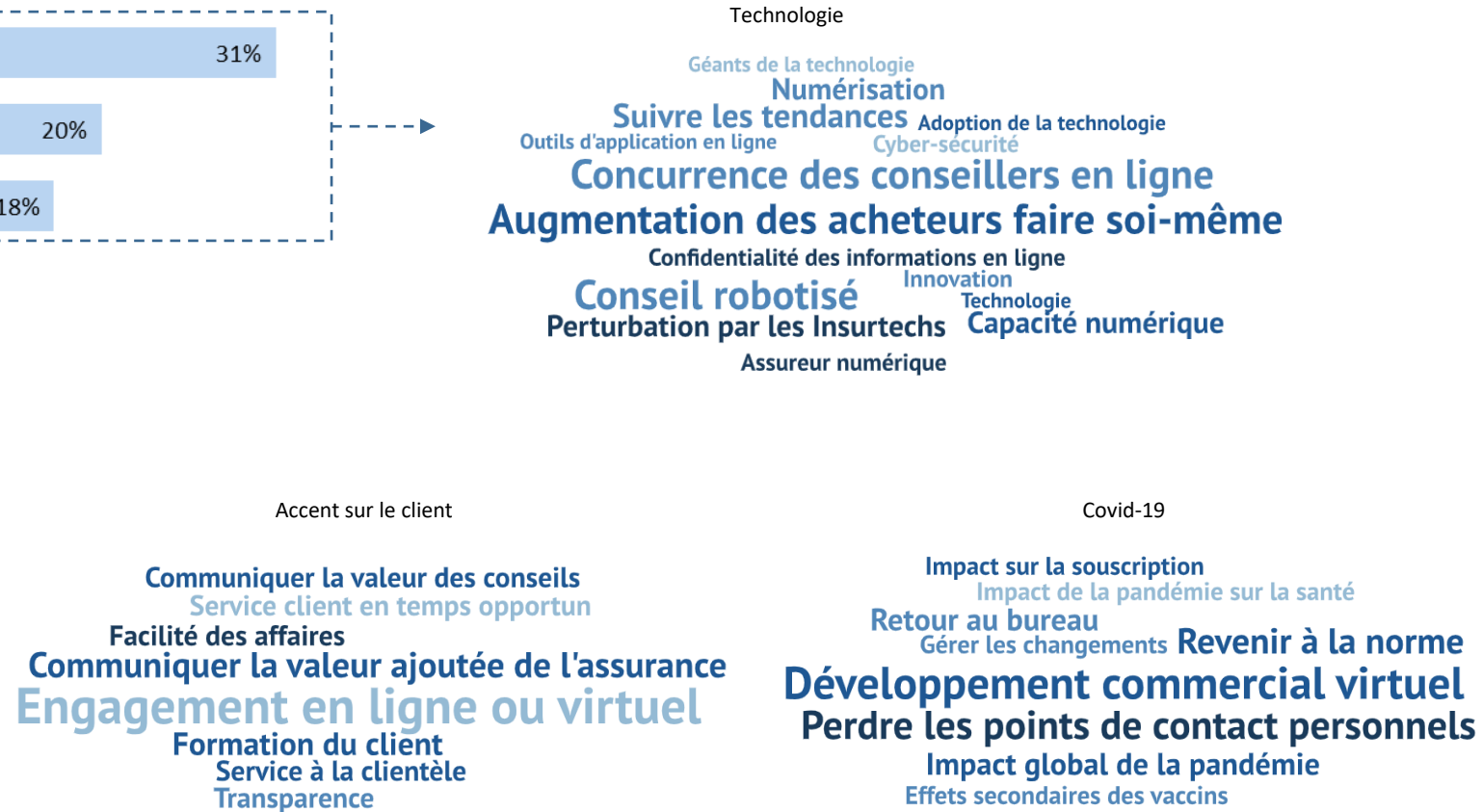
“ Approbations instantanées sur des applications simples et des limites de souscription plus élevées. Nous avons eu d'énormes délais dans le traitement régulier d'application à cause des employés qui travaillent à domicile.

À court terme, la technologie reste un défi majeur à l'échelle de l'industrie pour les conseillers, ainsi que les préoccupations des clients liées à Covid-19

Les plus grands défis auxquels l'industrie de l'assurance personnelle fera face (1 à 3 ans)
(% de répondants, top-10 thèmes)



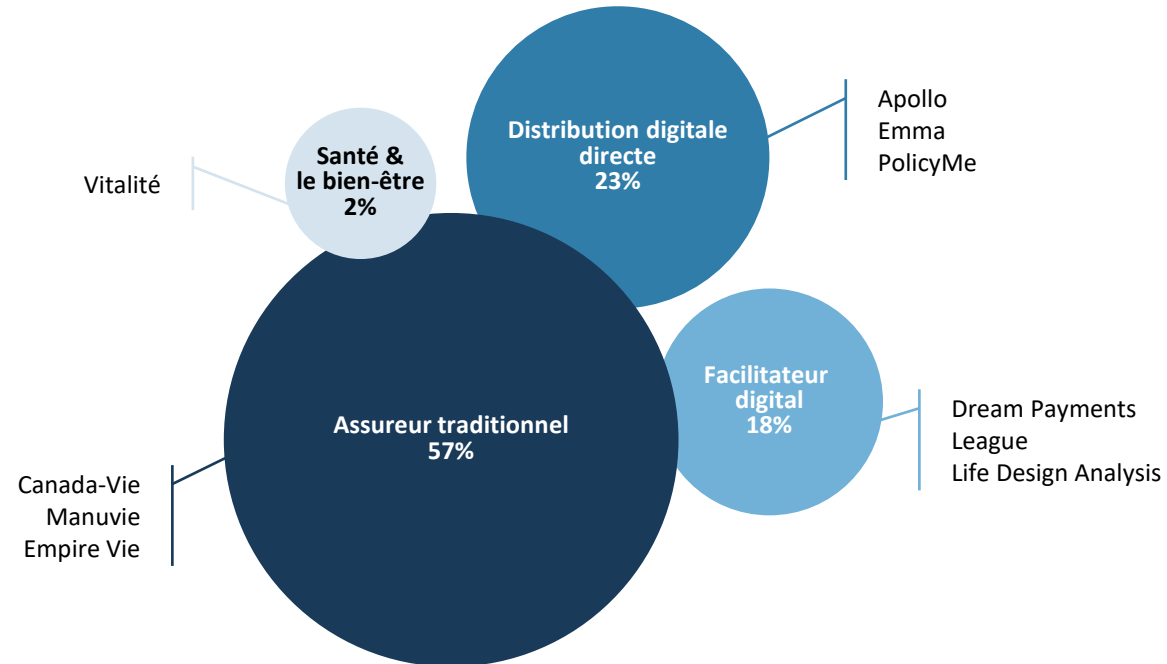
Détails des 3 principaux thèmes



- Les progrès technologiques ont permis la croissance des acheteurs de faire soi-même et des conseils en ligne/robots, qui sont des préoccupations clés pour de nombreux conseillers, soulignant la nécessité pour les conseillers de suivre l'évolution de la technologie.
- Afin de rester compétitifs face à une concurrence croissante, les conseillers doivent communiquer la valeur de leurs conseils et se concentrer sur le client
- La Covid-19 a créé une variété de défis pour les conseillers, en particulier lorsqu'il s'agit d'interagir avec des clients potentiels dans un environnement virtuel

Les intermédiaires ont majoritairement mentionné des compagnies d'assurance traditionnelles lorsqu'ils ont été interrogés sur le marché des Insurtechs

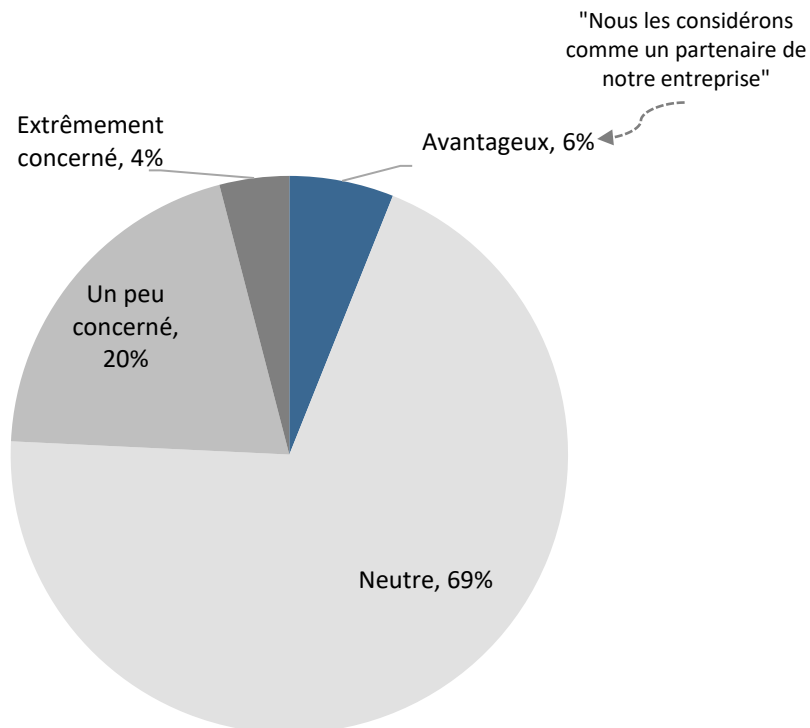
Principales candidatures Insurtechs groupées par leur proposition de d'affaire (% , 2021)



- ▶ La plupart des conseillers ont désigné les assureurs traditionnels comme l'une des principales Insurtech, ce qui suggère un manque de sensibilisation à l'Insurtech dans le marché de l'assurance personnelle
- ▶ Outre les nominations d'assureurs, les Insurtech qui se concentrent sur la distribution digitale sont les plus souvent citées
- ▶ Les facilitateurs digitaux incluent les Insurtechs qui se concentrent sur l'analyse des données et l'automatisation des processus et de l'administration back-end

Un conseiller sur quatre est préoccupé par les agrégateurs et a renforcé leur service, leur proposition et leur technologie pour atténuer le risque

Degré de préoccupation concernant l'introduction d'agrégateurs d'assurance (% de répondants)



Principales actions/plans pour atténuer l'impact des agrégateurs d'assurance



Améliorer le niveau de service



Renforcer la proposition de valeur



Investir dans la technologie

- ▶ La majorité des conseillers ne sont pas concernés ou se sentent neutres face à l'introduction des agrégateurs d'assurance
- ▶ Un quart des conseillers sont préoccupés par l'introduction d'agrégateurs, mais peu sont extrêmement inquiets
- ▶ Parmi ceux qui sont concernés, la plupart tente activement d'atténuer le risque en améliorant leur niveaux de service, en renforçant leur proposition de valeur et en investissant dans la technologie afin de mieux concurrencer avec les agrégateurs.

Le prix est essentiel pour l'assurance-vie temporaire, et la simplicité est un aspect commun qui différencie les assureurs. De plus, les dividendes sont clés

Différenciation des assureurs par les capacités de leurs produits

Top 3 assureurs selon la valeur perçue de leurs offres

| |  1 |  2 |  3 |
|----------------|--|---|---|
| Vie temporaire | Empire Vie <ul style="list-style-type: none"> ▶ Application numérique ▶ Simple ▶ Possibilités de conversion ▶ Compétitif ▶ Service | Foresters <ul style="list-style-type: none"> ▶ Avantages pour les membres ▶ Simple ▶ Compétitif ▶ Valeur ▶ Produits flexibles | Manuvie <ul style="list-style-type: none"> ▶ Vitalité ▶ Possibilités de conversion ▶ La facilité de la pratique des affaires ▶ Flexible ▶ Innovatrice |
| Vie entière | Équitable <ul style="list-style-type: none"> ▶ Société mutuelle ▶ Dividendes ▶ Valeur de rachat ▶ Performance ▶ Produits flexibles | Canada-Vie <ul style="list-style-type: none"> ▶ Dividendes ▶ Produits avec participation ▶ Stabilité ▶ Forte historique ▶ Bons produits | Manuvie <ul style="list-style-type: none"> ▶ Produits avec participation ▶ Flexible ▶ Marque forte ▶ Bons produits ▶ Dividendes |

- ▶ L'Empire Vie, Foresters et Manuvie se distinguent par la valeur de leur offre de produits d'assurance-vie temporaire. Alors que les 3 fournisseurs sont reconnus pour leurs produits à des prix compétitifs, la simplicité et la facilité de leurs pratiques des affaires, souvent supportées par la technologie, sont des différenciatrices communes
- ▶ L'Assurance vie Équitable, la Canada-Vie et Manuvie sont perçues comme ayant une grande valeur d'offre dans leurs produits d'assurance vie entière, où les conseillers notent que les dividendes élevés marquent des points forts en faveur des trois assureurs
- ▶ Foresters, une société freternelle, est bien perçue par ses clients compte tenu de sa proposition unique et des avantages offerts aux membres

Les assureurs se démarquent dans la qualité des produits à travers les offres de prestations du vivant, les traits des produits et la couverture des prestations

Différenciation des capacités des produits Top 3 assureurs selon la valeur perçue de leurs produits



Maladies graves

Desjardins

- ▶ Bonne couverture
- ▶ Maladies graves pour enfant
- ▶ Structure commune
- ▶ Bons produits
- ▶ Contrats coparticipation

Canada-Vie

- ▶ Avenant pour 2ieme évènement
- ▶ Remboursement des primes
- ▶ Bons produits
- ▶ Produits flexibles
- ▶ Facilité d'application

Sun Life

- ▶ Maladies graves pour enfant
- ▶ Bons produits
- ▶ Remboursement des primes
- ▶ Contrats coparticipation
- ▶ Relation

Invalidité

RBC Assurances

- ▶ Valeur du contrat
- ▶ Bons produits
- ▶ Souplesse
- ▶ Offre de produits
- ▶ Conversion en SLD

Manuvie

- ▶ Bonne couverture
- ▶ Bons produits
- ▶ Bonnes options
- ▶ 4A
- ▶ Compétitif

Canada-Vie

- ▶ Bons produits
- ▶ Avenants
- ▶ Remboursement des primes
- ▶ Valeur du contrat
- ▶ Bonnes options

Santé et Dentaire

Croix Bleue de l'Ontario

- ▶ Bonne couverture
- ▶ De nombreuses options
- ▶ Bonnes options

Croix Bleue Medavie

- ▶ Modules personnalisés
- ▶ De nombreuses options
- ▶ Très bon service

The Edge Benefits




- ▶ Facilité d'application
- ▶ Couverture flexible
- ▶ La facilité de la pratique des affaires

- ▶ Desjardins, la Canada-Vie et la Sun Life sont réputées pour la valeur de leurs produits d'assurance contre les maladies graves. Toutes sont réputées pour avoir d'excellents produits avec une reconnaissance de leurs caractéristiques
- ▶ Pour l'invalidité, RBC Assurances, Manuvie et Canada-Vie sont perçues comme ayant une valeur élevée, compte tenu de la solidité de leurs produits, offrant une bonne valeur dans leur contrat et une bonne couverture
- ▶ La Croix Bleue de l'Ontario, la Croix Bleue Medavie et The Edge Benefits sont bien différenciées dans leur offre de soins de santé et dentaires, avec une bonne couverture étant flexible

Les trois grands fournisseurs ont une force de marque, bien qu'ils soient moins différenciés que les petits fournisseurs dans d'autres domaines

Top 3 fournisseurs classés selon différents facteurs de performance clés

Facteurs de performance clés

| |  |  |  |
|---|---|---|---|
| Capacité de grossiste | RBC Assurances | Foresters | Empire Vie |
| Facilité de soumission des nouvelles applications | Empire Vie | Industrielle Alliance | Manuvie |
| Notoriété de la marque | Manuvie | Sun Life | Canada-Vie |
| La facilité de la pratique des affaires | Empire Vie | Foresters | Industrielle Alliance |
| Services à valeur ajoutée | Foresters | Empire Vie | Manuvie |

- ▶ Ce tableau met en évidence les assureurs qui investissent dans ces capacités. Le fournisseur le mieux classé, par les intermédiaires, avait la note de performance la plus élevée pour ces facteurs
- ▶ Les trois grands fournisseurs dominent avec la marque la plus forte dans le marché canadien de l'assurance vie individuelle
- ▶ RBC se classe au 1er rang pour leur «capacité de grossiste», avec une différenciation au Québec et dans l'Ouest canadien
- ▶ Les petits assureurs, comme l'Empire Vie et l'Industrielle Alliance, se distinguent par leurs capacités technologiques soutenues par leur application en ligne reconnue

Contactez-nous pour plus d'informations

À propos de NMG Consulting

NMG Consulting est un cabinet de conseil mondial de premier plan, spécialisé dans les marchés de l'assurance, de la réassurance, de la retraite / gestion du patrimoine et de la gestion d'actifs. Notre approche intègre d'une façon distinctive nos études de marché, l'analyse et le conseil.

Les services conseil de NMG sont fondés sur des données probantes provenant d'entretiens avec des experts, des clients et des intermédiaires reconnus du marché. Ces données servent de base à notre analyse des tendances du secteur et du positionnement concurrentiel et des forces des divers fournisseurs.

NMG a développé plusieurs études mondiales reconnues dans les secteurs de la réassurance vie, de la réassurance dommage et de la gestion d'actifs.

Nous effectuons aussi des études spécifiques annuellement au Canada couvrant les domaines des avantages sociaux, de la retraite collective et de l'assurance-vie personnelle.



Hamish Worsley

Associé

► Hamish.Worsley@NMG-Group.com



Sherry Niu

Conseillère principale

► Sherry.Niu@NMG-Group.com



Karan Sabharwal

Associé

► Karan.Sabharwal@NMG-Group.com



Karen Lau

Conseillère

► Karen.Lau@NMG-Group.com



Merci

Pour plus d'information,
visitez www.nmg-consulting.com

